صناعة السياحة والأمن السياحي

الأمن السياحي- الجرائم السياحية- الإرهاب- العولمة

صناعة السياحة والأمن السياحي

الأمن السياحي

الجرائم السياحية

الإرهاب

العولمة

تأليف: أ. مصطفى يوسف كافي

صناعة السياحة والأمن السياحي /الأمن السياحي – الجرائم السياحية – الإرهاب – العولمة/

تأليف: الأستاذ مصطفى يوسف كافي

الطبعة الأولى: ٢٠٠٩.

عدد النسخ: ١٠٠٠ نسخة.

جميع العمليات الفنية والطباعية تمت في:

دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع

يطلب الكتاب على العنوان التالي:

دار مؤسسة رسلان

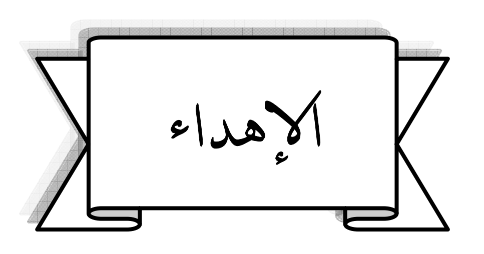
للطباعة والنشر والتوزيع

سوريا ـ دمشق ـ جرمانا

هاتف: ٥٦٢٧٠٦٠ ١١ ٠٩٦٣

تلفاكس: ٥٦٣٢٨٦٠ ١١ ٠٩٦٣

ص. ب: ٢٥٩ جرمانا



إلى والدي" وقل ربي أرحمهما كما ربياني صغيرا".

وإلى" زوجتي وأولادي الأعزاء"

مقدمة هذا الكتاب

١- دواعي انجاز هذا الكتاب:

تعدُّ صناعة السياحة من أهم النشاطات الاقتصادية في العالم المعاصر، كما تعدُّ أحد مصادر الدخل ومحركاً قويّاً للأبعاد الاقتصادية المرتبطة بالسياحة، وتمثل أحد روافد زيادة النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل وحل مشكلة البطالة التي تعاني منها غالبية بلدان العالم، لذلك تأتي الحاجة للاستفادة من هذا النشاط، والعمل على توفير الأمن السياحي في توظيف العمالة العربية الداخلة لسوق العمل، وهذا يسهم في تحقيق التنمية البشرية في البلدان السياحية. وانطلاقاً من ذلك تأتي ضرورة قيام البلدان السياحية، بتوفير ودعم مقومات صناعة السياحة والأنشطة المرتبطة بها، وتوفير الأمن السياحي، حتى يتم الاستفادة من العوائد المالية الناتجة عن هذه الصناعة.

إن صناعة السياحة في الوقت الحاضر مثلث قاعدته المنتج السياحي من جهة والأمن السياحي من جهة الأخرى ورأسه الدخل الوطني (العلاقة بين السياحة والأمن والتنمية علاقة قوية، وكما قيل فلا تنمية بدون أمن).

ولاشك أن كافة دول العالم تعلم علم اليقين مدى أهمية هذا النشاط في تحقيق أمالها وتطلعاتها التنموية المختلفة.....لذا تسعى إلى حمايته من كافة المخاطر والجرائم والأعمال الإرهابية التي قد تلحق الضرر أو الأذى ببنيانه وأعمدته ومقوماته.......وذلك لأن السياحة في المحصلة الأخيرة، ليست سوى سلعة استهلاكية كمالية يصعب تسويقها وترويجها في ظل انعدام الأمن السياحي، كما نعلم بأن هذا النشاط يقع تحت مظلة الوظيفة الأمنية العامة للحكومة ، مما يجعل الأمن السياحي ضرورةً ومطلباً سياسياً واقتصادياً واجتماعياً، في عصر يموج بالمتغيرات والتقلبات والأحداث الأمنية........الخ.

وبناءً عليه، فإذا أرادت الدول العربية الارتقاء بصناعة السياحة فيها لا بدّ من الاهتمام بمنتجها السياحي وتنوعه من جهة، ومواجهة التحديات الأمنية التي تعترضها

من جهة أخرى، لأن الأمرين متلازمان ويؤثران مباشرةً في العوائد الاقتصادية وحجم النشاط في القطاع السياحي.

٢- الهدف من إنجاز الكتاب:

يهدف إنجاز هذا الكتاب إلى ما يلي:

١- بيان مفاهيم وأهمية وأركان السياحة والتي تشمل: البنية الفوقية والتحتية.

٢- بيان ماهية العلاقة بين المنتج السياحي والأمن السياحي والدخل الوطني.

٣- بيان ماهية وأنواع الجرائم السياحية من وعلى السائح...

٤- بيان أهمية التعاون الدولي في مجال الأمن السياحي.

٥- بيان ماهية الإرهاب وأسبابه..

٦- بيان الانعكاسات السلبية للأعمال الإرهابية على النشاط السياحي والتي تتعدد لتشمل الكثير من أوجه هذا النشاط مثل المقومات البشرية والبنية الأساسية له والعائد المادي منه ومجالات الاستثمار في هذا النشاط وأخيراً الصناعات المغذية له.

٧- بيان ماهية العولمة بأبعادها المختلفة وأثرها الواضح في السياحة العالمية، وخاصةً ما أفرزته من تقنية متقدمة ممثلة في المعلوماتية وثورة الاتصالات والمواصلات وأثر ذلك على تيسير سبل السفر والسياحة للمسافرين والسياح.والجانب الاقتصادي للعولمة وما شهده من تدفق لرؤوس الأموال وزيادة حجم الاستثمار العالمي مثَّل بيئة خصبة للاستثمار في صناعة السياحة، وسهل وجود مقومات السياحة بأنواعها المختلفة، وقد هيأ ذلك بيئة مناسبة لزيادة عدد السائحين على المستوى العالمي.

٣- نطاق الدراسة وتقسيماتها:

سيتم تقسيم الكتاب إلى خمسة فصول على النحو التالي:

الفصل الأول: مدخل إلى صناعة السياحة.

الفصل الثاني: التعاون الدولي في مجال الأمن السياحي.

الفصل الثالث: الجرائم والإرهاب السياحي.

الفصل الرابع: العولمة وانعكاساتها على صناعة السياحة.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات.

لقد جاء هذا الكتاب نتيجة جهد متواصل في مجال السياحة وعلاقتها بالأمن السياحي والإرهاب والجرائم السياحية والعولمة وانعكاساتها........

ونظراً لأن المكتبات العربية تفتقد إلى هذه النوعية من الدراسات والمؤلفات التي يبحث عنها طلاب العلم والعاملون في هذه المجالات ...وبهذا العمل المتواضع أسأل الله أن أكون قد وفقت في تقديم هذا الكتاب ليكون نبراساً يضيء الطريق أمام كل محبي المعرفة والعلم والسياحة.

والله من وراء القصد.....

المؤلف

مصطفى يوسف كافي

اللاذقية ٢٠٠٨

الفصل الأول

مدخل إلى صناعة السياحة

المبحث الأول
مفاهيم أساسية لنشاط السياحة
{مصطلحات}

- السياحة
- السائح البيئي
- السياحة الجنسية
- المنشأة السياحية
- السياحة المستدامة
- التنمية السياحية
- الترويج السياحي
- الليالي السياحية
- الدوافع السياحية
- النفقات السياحية
- التسوق السياحي
- السائح
- الأمن السياحي
- عولمة السياحة
- السياحة البيئية
- التخطيط السياحي
- التسويق السياحي
- البرنامج السياحي
- الإعلان السياحي
- الإنفاق السياحي
- الدخل السياحي
- السياسة السياحية

المبحث الأول
مفاهيم أساسية لنشاط السياحة
{مصطلحات}

السياحة مفهوم حديث لم يتبلور بشكل واضح ومحدد إلا في العصر الحديث، حيث أصبحت حركة السفر إحدى ظاهرات العصر الاقتصادية والاجتماعية.....

وقد اختلفت في تعريف السياحة، تبعاً لاختلاف التخصصات العلمية التي تتناول هذه الظاهرة بالدراسة والتحليل. وما هو ملفت للنظر تطور مفهوم السياحة من فترة زمنية لأخرى نظراً لتطور ظاهرة السياحة نفسها . **وقد ظهرت العديد من التعريفات في العقود الماضية منها على سبيل المثال لا الحصر:**

١- **تعريفات السياحة:**

- **يمكن تعريف السياحة بأنها:** نشاط السفر بهدف الترفية، وتوفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط.
- **أما جوير فرولر فيعرفها:** " السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث والأساس فيها الحاجة المتزايدة للحصول على الاستجمام وتغيير الجو والوعي الثقافي المنبثق عن تذوق مجال المشاهدة الطبيعية".
- **وعرف الأستاذ علي أحمد هارون السياحة:** " بأنها مجموعة الأنشطة الحضارية والاقتصادية والتنظيمية الخاصة بانتقال الأفراد إلى بلاد غير بلادهم ، وإقامتهم لمدة لا تقل عن / ٢٤ / ساعة لأي غرض كان ما عدا العمل الذي يدفع أجره داخل البلد المزار.
- **أما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (O.E.C.D.)** فترى في السياحة أنها صناعة تعتمد على حركة السكان أكثر من البضائع.

٢- **صناعة السياحة**[(١)]: هي التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير إنتاج وتسويق البضائع والخدمات لخدمة احتياجات ورفاهية السواح، ومصطلح

---

(١) د. أ د مود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز ا عرفة،٢٠٠٧،ص٢٦.

سياحة يستعمل بصورة عامة لوصف السفر ويعكس بعض الحالات زيادة التوسع في السفر الترفيهي والذي يطلق عليهم السُّوّاح.

٣- تعريف السائح :

- " بأنه الشخص الذي يقيم برغبته خارج مكان سكنه الأصلي، دون أن يهدف إلى مكتسبات اقتصادية وعليه أن يصرف أموالاً وفّرها في مكان آخر". حيث يقوم" بوظيفة استهلاكية ينتج عنها زيادة في دخل هذا البلد وتحدث هذه الزيادة عن طريق الانتفاع بالخدمات، وشراء بعض المنتجات المحلية والهدايا من البلد السياحي كي تكون رمزاً تذكارياً باقياً لزيارته هذا البلد ".
- بينما أشارت Harrison (١٩٩٢) تعريف منظمة السياحة العالمية للسائح على أنه " الزائر المؤقت إلى أي منطقة أو دولة غير الدولة المقيم فيها سواء للترفية أو الأعمال بما في ذلك الزوار الذين لا يقضون / ٢٤/ ساعة في الدولة المضيفة خلال زيارتهم ".
- وقد عرّف " مؤتمر روما العالمي للسياحة عام ١٩٦٣م السائح، بأنه من يزور بلداً غير بلده ويقيم فيه بصورة دائمة ومعتادة، لأي سبب من الأسباب، عدا قبول وظيفة بأجر في البلد الذي يزوره، أي تغيير مكان الإقامة المعتادة لفترة مؤقّتة، وبعبارة أوضح تغيير البيئة الاجتماعية لأي غرض غير غرض العمل بأجر "[١]، إلا أنّ المسافرين الذين لا يتصل سفرهم بالسياحة، " هم رجال القوات المسلحة الأجنبية، ومسافرو الترانزيت والعاملون المؤقتون، وأطقم الطائرات والمهاجرون وأعضاء الهيئات الدبلوماسية، والتمثيل القنصلي[٢] ".
- اعتمدت منظمة السياحة العالمية الأيوتو (**AITO**) بمؤتمرها في روما عام ١٩٦٣ تعريف السائح بأنه ((الشخص الذي يزور بلداً أجنبياً ويمكث فيه أكثر من/

---

(١) ا سن، حسن، السياحة صناعة وعلاقات عامة ـ الدار اللبنانية للنشر والعلاقات العامـة، بـ وت، ط ١ ، ١٩٧٨ . ص ٢٠ .

(٢) كفا ، حسـ ، رؤية عصرية للتنمية السياحية للدول النامية، ا يئة ا صرية العامة للكتاب، القاهرة،١٩٩١ ص ١٥ .

٢٤/ ساعة وأقل من ثلاثة أشهر ولا يقصد القيام بوظيفة أو نشاط مهني[١] **ويتضمن هذا التعريف المفاهيم الأساسية التالية**[٢]:

١- الزائر (Visitor): هو أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة المقيم فيها، ولا يهدف من الزيارة ممارسة أي عمل داخل الدولة المزارة يحصل منه على أجر، ويتضمن ذلك التعريف الزيارات ضمن أراضي الدولة الواحدة، بمعنى زيارة مدينة ما أو موقع أو مكان ما لأسباب غير العمل. **ويتضمن هذا التعريف فئتين من الزوار هما:**

أ- السياح (Tourists): وهم زوار مؤقتون يبقون في الدولة المقصودة للزيارة – أو المكان المقصود – مدة لا تقل عن /٢٤/ ساعة ولا تزيد عن السنة الواحدة. **وينحصر الغرض من زيارتهم في المجموعتين التاليتين:**

١- قضاء وقت الفراغ (ترويح ، قضاء إجازة ، أسباب صحية ، دراسة ، زيارة أماكن دينية ومعالم تاريخية وأثرية ، ممارسة الرياضة).

٢- ممارسة أعمال تجارية ، زيارة عائلية ، عقد لقاءات ، حضور اجتماعات ومؤتمرات ، ثقافة ، المهن ، .....الخ.

ب- المتنزهون (Excursionists): وهم زوار مؤقتون يبقون في المكان المقصود للزيارة مدة تقل عن /٢٤/ساعة ، ويشملون المسافرين على السفن البحرية أو النهرية . ويطلق هذا المصطلح عموماً على المتنزهين والمستجمين لمدة تقل عن /٢٤/ساعة وهم ما يمكن أن نعرفهم بالرحلات العارضة[٣].

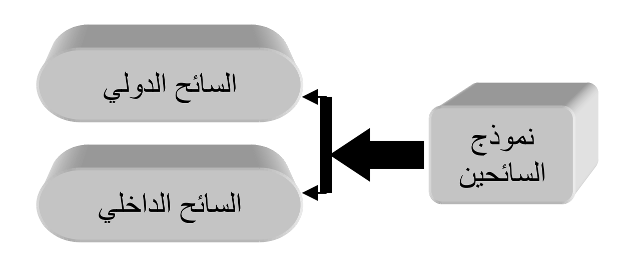
٢- المسافر (Traveler): هو الشخص الذي يغادر مكان إقامته الدائمة مبتعداً عنه سواء داخل حدود دولته أو خارجها ، تحت أي دافع من دوافع السفر والابتعاد سواءً للزيارة أو العمل أو الدراسة ....الخ تستثنى من ذلك رحلة العمل اليومية بغض النظر عن المسافة المقطوعة يومياً. وهناك نموذجان رئيسيان من السائحين هما:

---

(١) ا وري , الياس - ١٩٨٧ – السياحة لبنان والعا . الطبعة الأو ، ب وت ، ص ٥٣.

(٢) موسى , علي حسن - ١٩٩٧ – ا ناخ والسياحة . دار الأنوار ، دمشق ص ١١ .

(٣) اوي، حايس - ١٩٩٤ – واقع حركات الت ه والاستجمام الأردن . لة دراسـات ، لـد /٢١/ أ ، العدد /٣/، عمان ، ص ٣٧٦



أ- السائح الدولي (International Tourist) وهو الشخص الذي يسافر عبر الحدود الدولية ويبقى بعيداً عن دولته المقيم فيها بشكل دائم مدة لا تقل عن /٢٤/ساعة.

ب- السائح الداخلي (Domestic Tourist): وهو الشخص الذي يحصر تنقله داخل حدود الدولة التي يقيم فيها ويبقى بعيداً عن مكان إقامته الأصلي مدة لا تقل عن /٢٤/ ساعة أو ليلة واحدة وتضع بعض الدول حدوداً دنيا للمسافات لتحديد السائح الداخلي ، وتتراوح هذه الحدود بين ٤٠– ١٠٠ كم.

- في عام ١٩٦٥. وأثناء انعقاد لجنة الإحصاء التابعة للأمم المتحدة ركزت اللجنة على أن تجمع الإحصائيات على أساس تعريف السائح الذي أعدَّ عام ١٩٦٣ يكاد يكون مستحيلا بالنسبة للدول الاسكندينافية حيث لا توجد إجراءات دخول وخروج على الحدود فيما بينها وكان التعريف يشمل السائح على الحصول على سمة الدخول (فيزا) **Visa**.
- المجلس الاقتصادي التابع لهيئة الأمم المتحدة سوف عرَّف السائح بأنه: كل شخص يقيم خارج موطنه المعتمد خلال فترة تزيد عن /٢٤/ ساعة وتقل عن عام[١].
- وجاء في قاموس أكسفورد ١٩٣٣ **Oxford**[٢]. أن **Tourist** السائح هو الشخص الذي يقوم برحلة أو رحلات، وخاصة من يقوم بها من أجل الاستجمام والمرح

(١) توفيق ماهر عبد العزيز ١٩٩٧- مرجع سبق ذكره

2 - Oxford dictionary of carrint English , London, 1984 , p .915

أو التثقيف، أو الذي يزور بعض المواقع من أجل الاهتمامات الخاصة، لكونها مفضلة لديه.

- وأشار قاموس لو نجمان **Longman**[1]. أن كلمة Tour – أصل كلمة **Tourist** – تعني رحلة يتم خلالها زيارة عدة أماكن تشكل محط اهتمام ، وأن السياحة Tourism هي ممارسة السفر من أجل المتعة وخاصة خلال العطلات ، وعلى ذلك فالسائح هو الشخص المسافر من أجل المتعة.
- وفي اللغة العربية السائح فهو المتنقل في البلاد للتنزه أو الاستطلاع والبحث والكشف ونحو ذلك[2].
- وقد عرَّف الباحث الإنكليزي نور فال (**Nourfal**) السائح[3] بأنه الشخص الذي يدخل بلداً أجنبياً لأي غرض من الأغراض، عدا اتخاذ هذا البلد محل إقامة دائمة، أو العمل في هذا البلد عملاً منظماً ومستمراً والذين ينفقه في هذا البلد المقيم فيه إقامة دائمة تؤمن له ما لا يكسبه في مكان آخر.

والجدير بالذكر أن (**Matheson & wall 1982**)[4] قد أشارا إلى الدراسة التي قام بها (**Frechtling**) في عام ١٩٧٦ والذي أشار فيها إلى أنه توصل إلى ٤٣ تعريفاً مختلفاً للمسافر والسائح والزائر ، بينما أشار (**Harrison**) **١٩٩٢** إلى تعريف منظمة السياحة العالمية للسائح على أنه " الزائر المؤقت إلى أي منطقة أو دولة غير الدولة المقيم فيها سواءً للترفيه أو الأعمال بما في ذلك الزوار الذين يقضون /٢٤/ ساعة في الدولة المضيفة خلال زيارتهم" .

---

1 - Longman dictionary of contemporary English beirwt 1984, p . 1171 .

(٢) ا عجم الوسيط ، مع اللغة العربية ، الإدارة العامة للمعجميات وإحياء التراث ، الطبعة الثانية ، ا زء الأول ، القاهرة - ١٩٨٠ – ص ٤٦٧ . السائح يع أيضاً اللغة العربية الصائم ا لازم للمساجد.

(٣) د. كامل ، مود - ١٩٧٥ – السياحة ا ديثة علماً وتطبيقاً ((القاهرة)) النهضة ا صرية للجامعة. ص ٣٢

4 - Matheson & wall 1982 ((Tourism – Economic, physical and social impacts. N . y

٣- **تعريف السائح البيئي**:[(١)]"بأنه ذلك الإنسان الذي استطاع أن يكوّن رأياً ورؤية، وموقفاً من قضية التلوث البيئي، رافضاً المزيد من التلوث، داعياً لصحة وسلامة البيئة....واستخدام السياحة وسيلة لعلاجها ،ومن ثم تبنى رأياً واتخذ موقفاً مؤيداً لصحة البيئة وسلامتها ، وأصبح حريصاً على التعاقد على البرامج السياحية البيئية ، ومن هنا يمكن **تعريف السائح البيئي**: بأنه سائح له موقف، وله اتجاه، ويؤمن بقضية يعمل من أجلها".

٤- **الأمن السياحي**:يقصد به جميع الإجراءات الأمنية المرتبطة بالأمن الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والجنائي لتأمين مسار الحياة الإنسانية بمختلف صورها ،وتفاعل أفراد المجتمع مع البيئة التي يعيشون فيها سعياً وراء إشباع مختلف احتياجاتهم المادية والمعنوية.[(٢)]

٥-**السياحة الجنسية**:انتقال السياح للخارج من أجل ممارسة علاقة جنسية بالتراضي مع مواطنين محليين، من النساء غالباً، مستعدين لبيع أجسادهم.[(٣)]

٦-**الجرائم السياحية**: ويقصد بها القيام أو عدم الامتناع عن الأفعال والسلوكيات التي ينتج عنها الإضرار بالسائح أو المناطق والمواقع والمرافق السياحية أو التي يرتكبها السائح ضد أحد الأشخاص أو الأماكن ويترتب عليها ضرر مادي أو معنوي وتكون هذه الأفعال محرمة شرعّاً أو قانونا ويعاقب عليها القانون.[(٤)]

٧- **عولمة السياحة** : يقصد بها النظام العالمي الجديد المراد به توحيد العالم سياسياً واقتصادياً وثقافياً واجتماعياً وتربوياً وعرفيّاً بحيث يصبح الإنسان حراً في الانتقال من مكان إقامته الأصلي إلى مكان آخر في العالم دون قيود زمنية ولا مكانية أو قانونية.[(٥)]

---

(١) د. سن أ د ا ض ي، السياحة البيئية،٢٠٠٥، موعة النيل ا صرية، ص١٨٥.

(٢) ينظر : جرائم السياحة ضوء الشريعة والقانون، أ.د.أ د بن سليمان صا الربيش،ص٨٠،الأمن السياحي، علي ا ج وآخرون،ص٣٧.

(٣) د. عادل مد خ .ا رائم السياحية التشريع ا صري، دار النهضة العربية، ط٢،١٩٩٣م،ص٨.

(٤) أسامة اهد ،مكافحة السياح ا نسية،،دار النهضة العربية، القاهرة، ١٢٠٠٥م ص٤.

(٥) ينظر : الأمن السياحي، علي ا ج وآخرون،ص٥٠ -٥٤.

٨- المنشــأة الســياحية: يقصــد بهــا المكــان المعــد لاســتقبال الســياح وتقــديم المــأكولات والمشــروبات فيــه ، وكــذلك وســائل النقــل المخصصــة لنقــل الســياح في رحلات برية أو بحرية أو نهرية أو جوية.(١)

٩- تعريف السياحة البيئية : ظهر مصطلح السياحة البيئية **Eco_ Tourism** منذ مطلع الثمانينيات من القرن العشرين ، وهـو مصطلح حديث نسبياً ، جـاء ليعبر عـن نـوع جديـد مـن النشـاط السـياحي الصـديق للبيئـة ، الـذي يمارسـه الإنسـان ، محافظاً على الميراث الفطري الطبيعي والحضاري للبيئة التي يعيش فيها ، يمارس فيها نشاطه وحياته ، وهو في هذه الممارسة والحياة ليس حراً مطلقاً ، يفعل ما يشاء دون حساب ، بل هو حُرّ مسؤول عن ما يفعله ، وهو يعيش في إطار المعادلة الآتية :

الحرية السياحية = المسؤولية البيئية

بينمـا يـرى **الأسـتاذ صـلاح الـدين خربـوطلي 2002** بـأن **السـياحة البيئيـة** تتعلـق بتنفيـذ قواعـد السـياحة المسـتدامة بشـكل عـام وبحمايـة البيئـة في المقصـد بشـكل خـاص . ولهـذا فهـي تشـمل جميـع أنمـاط السـياحة وأشـكالها وذلـك لكـي يكـون المقصـد صـالحاً للزيـارة مـن جهـة ومـا يقتضـيه ذلـك مـن وضـع ضـوابط وتعليمـات سلوكية معتمدة لينفذها ويلتزم بها السائح والزائر في مجال المحافظة على البيئة من جهة أخرى .(٢)

١٠- مفهـوم السـياحة المسـتدامة:وقـد عرفـت المنظمـة العالميـة للسـياحة " السـياحة المسـتدامة كمـا يلـي:التنميـة المسـتدامة للسـياحة هـي الـتي تلـبي احتياجـات السـياح والمواقع المضيفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل، إنهـا القواعـد المرشـدة في مجـال إدارة المـوارد بطريقـة تتحقـق فيهـا متطلبـات المسـائل الاقتصـادية والاجتماعيـة والثقافية، ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة".(٣)

---

(١) أمن ا نشآت الفندقية، مدحت الشنوا ،ص١٩٩.

(٢) أ. صلاح الدين خربوطلي، السياحة ا ستدامة، سلسلة دار الرضا، دمشق، ٢٠٠٤،ص٢٣.

(٣) د. سن أ د ا ض ي، السياحة البيئية،٢٠٠٥، موعة النيل ا صرية، ص٤٢.

١١- **التخطيط السياحي:** نوع من أنواع التخطيط التنموي وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة والمشرّعة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح والكامن ولأقصى درجات المنفعة، مع متابعة وتوجيه وضبط لهذا الاستغلال لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود، ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية ناجمة عنه وهو يهدف إلى تحقيق توازن بين العرض والطلب السياحيين.

١٢- **مفهوم التنمية السياحية :ويرى عبد الرحمن سليم** [١] **أن** " التنمية السياحية تأخذ طابع التصنيع المتكامل والذي يعني إقامة وتشييد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاج إليها السائح أثناء إقامته بها وبالشكل الذي يتلاءم مع القدرات المالية للفئات المختلفة من السائحين"

١٣-**التسويق السياحي: عرّف كوبندروف KOPENDROVE التسويق السياحي**[٢] " بأن يعني التنفيذ العلمي والمنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية، سواء كانت عامة أم خاصة أو على مستوى محلي أو إقليمي أو عالمي، بغرض تحقيق الإشباع الأقل لحاجات مجموعة المستهلكين المحددين وبما يحقق عائداً ملائماً ".

١٤- **الترويج السياحي** عرّف **الدكتور توفيق محمد عبد المحسن** الترويج : " يقصد بالترويج مجموعة الجهود التسويقية المتعلقة بإمداد المستهلك بالمعلومات عن المزايا الخاصة بسلعة أو خدمة معينة وإثارة اهتمامه بها وإقناعه بقدرتها أكثر من غيرها من السلع والخدمات الأخرى على إشباع احتياجاته، وذلك بهدف دفعه إلى اتخاذ قرار بشرائها ثم في استعمالها في المستقبل ".

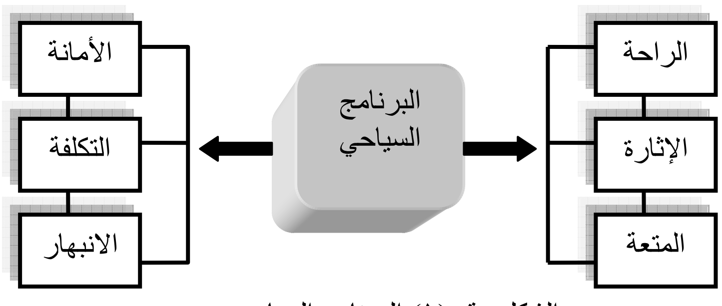
١٥- **البرنامج السياحي** : يمكن تعريف البرنامج السياحي .... "بأنه مجموعة الخدمات و المنافع التي تقدم للسائح خلال فترة معينة، وبتكلفة معينة. وأن الأنشطة

---

(١) أ. عبد الر ن سليم، لة البحوث السياحية، العدد٧،ص١٥٠.

(٢) توفيق، ماهر عبد العزيز ـ ١٩٩٧ ـ مرجع سبق ذكره ص

السياحية (**للبرنامج السياحي**)هي أنشطة شديدة الحساسية و التأثُّر بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسلوكية أيضاً أو التي **تتمثل أبعادها بالأتي:**



الشكل رقم (١) البرنامج السياحي

أ- الأمان: ومدى إحساس السائح بالأمان ،وأنه غير مهدد بخطر يهدد حياته أو ممتلكاته.

ب- التكلفة: كلما كانت التكلفة محددة ، كلما كان هذا دافعاً على زيادة تعامل السائحين مع مزيج من الخدمات السياحية.

ج- الانبهار: وهو أعلى مراحل الإعجاب التي يمر بها السائح عند زيارته للمنطقة السياحية.

د- الراحة: وذلك بتوفر سبل الراحة اللازمة للسائح وتقليل الجهد الذي يبذله في سبيل الحصول على مجموعة المنافع التي ستحققها له العملية السياحية.

ه- الإثارة: يلعب هذا العامل دوراً هاماً في سياحة الشباب.

و- المتعة: حيث أن استمتاع السائح هي الوسيلة الأساسية لاستمرار العملية السياحية.

١٦- الليالي السياحية: وهي الليالي التي يقضيها السائح فعلا خلال الفترة التي يمكثها في البلد المضيف[1] كما تمثل الفرق بين تاريخ دخوله وخروجه من هذا البلد **وتتأثر الليالي السياحية بعدة أمور هي:**

١- تصنيف الرحلات من حيث كونها فردية جماعية .....الخ

---

(١) د . كامل ، مود ـ ١٩٧٥ ـ السياحة ا دیثة علماً وتطبيقاً، القاهرة، ص ١٤

٢- ملائمة الإقامة ومستويات الخدمة لملاقاة احتياجات السائح.

٣- المتغيرات الموسمية الدورية والأحداث الدولية.

١٧- الإعلان السياحي[١] هو تلك الجهود غير الشخصية التي تعمل على التأثير في وجدان وعواطف ومدركات السياح وتوجيه سلوكهم السياحي نحو الاشتراك بالنشاطات السياحية. وقد يكون رسمياً، على المستوى المحلي أو العالمي.

١٨- الدوافع السياحية: إن الدوافع الإنسانية هي السبب الرئيسي لقيام ظاهرة السياحة وانتشارها، وهي دوافع نفسية (غريزة التنقل والتسفير والترويح والزيارات الدينية....الخ) وهذه الدوافع كواقع تحتاج إلى دراسة وبلورة عملية، بالتطوير الذاتي والتنمية، وذلك لكي تتحول السياحة من مرحلة الظاهرة إلى مرحلة الواقع والحقيقة الملموسة، وذلك بتأصيل هذه الظاهرة، وبشكل عام تتخذ في البلد توصيفاً بحسب الدافع الأكثر اندفاعاً لزيارة ذلك البلد، فمثلاً للسعودية: الدين – المونتي كار لو: الميسر – إلى هملايا: للمخاطر....الخ.

١٩- الإنفاق السياحي: إجمالي النفقات الاستهلاكية التي ينفقها الزائر نظير رحلته وإقامته في المقصد وتستبعد منها المشتريات لأغراض تجارية – الاستثمارات – العطايا والتبرعات.

٢٠- النفقات السياحية: وتشمل الإنفاق السياحي مضافاً إليه نفقات التحضير للرحلة ونفقات العودة، لذلك فالبلد المصدر يحسب النفقات والبلد المستقبل يحسب الإنفاق.

٢١- الدخل السياحي: وهو الإيرادات بالعملات الأجنبية من السياحة الوافدة وتشمل: إنفاق الزوار الدوليين الوافدين بما فيها أجور النقل لشركات النقل الوطنية، وتدخل في ميزان المدفوعات متضمنة الإيرادات من زوار اليوم الواحد وفق توصيات دليل ميزان المدفوعات الصادرة عن صندوق النقد الدولي.

---

(١) أ د ا ضري، سن أ د – ١٩٨٩ـ التسويق السياحيـ مدخل اقتصادي متكامل، مكتبة مدبو ، القاهرة ص ١٦٥

٢٢- نفقات السياحة الخارجية: وتشمل إنفاق الزوار المغادرين إلى بلدان أخرى، بما فيها أجور النقل على شركات النقل الأجنبية.

٢٣- الإنفاق المحلي : إنفاق سفر الزوار المقيمين داخل بلد إقامتهم.

٢٤- نسب الأشغال: وتكون للغرف أو الأسرَّة بتقسيم عدد الليالي الفندقية في فترة على عدد الغرف والأسرة في تلك الفترة مضروبة بعدد أيامها والناتج ضرب (١٠٠).

٢٥- فترة الإقامة: بقسمة عدد الليالي الفندقية على عدد الزوار.

٢٦- السوق السياحي: تطلق كلمة السوق السياحي على فئة متجانسة من السياح أو نمط سياحي أو شكل سفر.

٢٧- أماكن الإقامة السياحية: أي مرفق يقدم خدمة المبيت للسياح بانتظام أو بشكل عابر. **وتنقسم أماكن الإقامة السياحية إلى مجموعتين رئيسيتين:**

أ- المنشات السياحية الجماعية.

ب- أماكن الإقامة السياحية الخاصة.

٢٨- السياسة السياحية[1]: يعرف الأستاذ السويسري كلود كما سبر السياسة السياحية" بأنها حصيلة تأثير القوانين والمؤسسات التشريعية والاتحاد والشركات على المعطيات المتعلقة بالظواهر والعمليات السياحية " .

وبالرغم من شمولية هذا التعريف إلا أنه لا يضم بعض المعطيات التالية :

لم يحدد خصائصها المميزة – وأيضاً تسويق البضائع والخدمات السياحية – والأمور الإدارية المتعلقة بتطوير السياحة مثل :

التخطيط planning ، الإدارة Management ، ... الخ وبعض المسائل الاقتصادية Economical ، والثقافية cultural والمحافظة على البيئة Environment ، والسياحة الاجتماعية Social Tourism .. وغيرها .

(١) أ مصطفى كا ، السياحة عصب الاقتصاد العا ي، دار الفرات- نينار، ٢٠٠٥،ص١٦-١٧.

وبعد أخذ هذه الأمور بعين الاعتبار يمكننا تعريف **السياسة السياحية** على الشكل التالي :

" مجموعة من القوانين والأنظمة والأنشطة ذات أشكال اجتماعية واقتصادية وثقافية وسياسية تتحقق من قبل أجهزة الدولة المختلفة والمؤسسات ذات العلاقة بهدف تنظيم كامل العمليات السياحية من " تنبؤ وتخطيط وتنظيم وإدارة " وتوفير الظروف لتطوير السياحة الداخلية **inter Tourism** والخارجية external وتسويق الخدمات Services marketing والبضائع goods والمواقع السياحية Locals Tourism " .

- كما ويعرف Goeldner السياسة السياحية:"على أنها حزمة من التعليمات والقواعد والأهداف والاستراتيجيات التي تشكل مجتمعةً إطاراً عاماً توجه فيه القرارات العامة والفردية مباشرة للتأثير على عملية التنمية السياحية والنشاطات السياحية في منطقة الهدف[1].

---

(١) د. غنيم، عثمان محمد - التخطيط السياحي والتنمية السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع .ص٩٤.

المبحث الثاني
مفهوم السياحة تطورها وأهميتها

مقدمة

- السياحة في العصور القديمة
- السياحة في العصور الوسطى
- السياحة في عصر النهضة
- السياحة في عصر الثورة الصناعية
- السياحة في العصور الحديثة
- اتجاهات السياحة
- أهداف السياحة
- أهمية السياحة
  - أهمية السياحة من المنظور الاقتصادي
  - أهمية السياحة من المنظور السياسي
  - أهمية السياحة من المنظور الاجتماعي
  - أهمية السياحة من المنظور الثقافي
  - أهمية السياحة من المنظور الإنساني
- الشروط المتوفرة في الصناعة السياحة
- أركان السياحة
- مساهمة السياحة في الاقتصاد العالمي والعربي

المبحث الثاني
مفهوم السـياحة تطورها وأهميتها

مقدمة:

إن الحاجة إلى الإطلاع و الاكتشاف وحبّهما كانا موجودين عند الإنسان منذ نشأته الأولى ، حيث كانت السياحة بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها وأهدافها ووسائلها وكان الهدف منها هو ممارسة النشاطات الإنسانية الضرورية للحياة البشرية مثل البحث عن الطعام والشراب والمأوى والصيد والبحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي .ثم تطورت هذه الظاهرة البسيطة حتى أصبحت في العصر الحديث علماً يُدرَّس وصناعة لها أسس وقواعد ، اهتمت بها الدول وسعت حثيثاً إلى تفهم أسرارها واستقراء آثارها ومداها والعمل على تنميتها والاستفادة من مزاياها .

فقد كانت السياحة على مر العصور معيار تقدم العلاقات الدولية من الناحيتين التاريخية والسياسية حيث استهدفت المشاركة الفعالة في تحقيق السلام العالمي الذي تنشده جميع الدول ، وكذلك لها أثر قوي في تنمية العلاقات بين الشعوب على أساس وطيد من التفاهم والتبادل الثقافي والإعلامي بين الأمم(١). لم تعد السياحة في العصر الحالي هذا مجرد نشاط ترفيهي وتسلية للإنسان بل تعتبر صناعة لها أبعادها وأهدافها ودورها في زيادة الدخل القومي وتبادل النقد الأجنبي في مجالات العمل والاستثمار وفي تحسين الظروف الاجتماعية والبيئية والحضارية كما تساعد بدورها على دفع التقارب الاقتصادي بين الدول والأمم ، وهي كذلك وسيلة الاتصال الفكري و الاجتماعي(٢) .

"ما من صناعة في العالم لاقت من الرواج والانتشار مثلما لاقته صناعة السياحة في السنوات الأخيرة ، حيث بلغ الإنفاق السياحي في العالم في عام ١٩٩٨ حوالي

---

(١) د. عبد الوهاب، صلاح الدين- ١٩٦٧ - ا نهج العلمي صناعة السياحة, دار النشر للجامعات ا صرية ص ٢٠-٢١

(٢) د. توفيق ، ماهر عبد العزيز- ١٩٩٧ - صناعة السياحة ، دار وهران ,عمان

/٤٤٥/ مليار دولار ، وأصبحت بعض الدول السياحية في العالم مثل الولايات المتحدة الأمريكية و الدول الأوربية تحقق دخلاً محترماً من السياحة ، وأصبح هذا الدخل عصب الحياة والشريان الحيوي في هذه الدول . "

ولذا عمد علماء السياحة المختصين بشؤون السياحة إلى وضع تعاريف لها تحدد معناها على مر العصور وتبين من هو السائح Tourist وما هي السياحة Tourism . كما شرعوا في بحث تاريخ السياحة وتطورها حتى يتمكنوا من أن يحصروا فوائدها Advantages وأهدافها Targets في خدمة الفرد والمجتمع .

أولاً- السياحة على مر العصور:

لقد تطور مفهوم السياحة مع تطور المجتمعات وسوف نستعرض فيما **يلي تطور السياحة عبر التاريخ ثم نحدد على ضوء هذه التطورات معنى السياحة ومفهومها وتعريفها في العصر الحاضر .**

١- السياحة في العصور القديمة :

لم يفكر أحد في هذا العصر في تطوير السفر أو وسائله أو استغلاله لصالح المجموع وبالتالي لم تعرف كلمة السياحة إلا في القواميس

والمعاجم الحديثة أي أن السفر كان ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان تهدف إلى إشباع نزواته واستيفاء احتياجاته الشخصية.(١)

أما أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في عصور ما قبل الميلاد فكانت ترتكز على ما يلي:

أ- تحقيق فائدة .

ب- حب الاستطلاع.

ج- الدافع الديني.

أ- تحقيق فائدة:

كان سفر الإنسان يتعلق بهدف الحصول على الطعام والمسكن والبحث عن مناخ أو أرض أفضل ، ثم نشأت دوافع جديدة للسفر مثل التجارة Commercial التي كانت حافزاً لدفع التجار إلى القيام برحلات بعيدة بحثاً عن السلع النادرة .

وقد أنشأ اليونانيون في العصور القديمة مستعمرات على شواطئ البحر الأبيض المتوسط تعرف باسم " مرسيليا " حيث كانت تجارتهم نشطة مع الشعوب المجاورة[١]. كما أن سفر اليونانيون القدماء تطور في مجالين :

الأول : تطور في إصدار العملات النقدية لتقديمها بدل البضائع بالمقايضة.

الثاني : انتشار اللغة اليونانية في حوض المتوسط مما سهل التواصل مع المسافرين، كما انتشرت المدن اليونانية على الشواطئ وكان السفر الأعم عن طريق البحر لكن اليونانيين كانوا يحبون السفر إلى مدن أخرى من أجل المتعة وخاصة إلى أثينا وكذلك كانت الاحتفالات الدينية والمناسبات مثل الألعاب الأولمبية تجتذب الزوار. وفي عهد الرومان كان النبلاء يقضون أوقات فراغهم في المنتجعات الجبلية ومراكز المياه المعدنية ، والجدير بالذكر أن أول دليل سياحي صدر في عام (١٧٠م) باليونانية وكان يروج في السوق الرومانية ، كما كان الرومان يسافرون إلى مصر والأهرامات والإسكندرية ، وفي ذلك العهد كان هناك رسوم على مشتريات السياح بنسبة تصل إلى(25%). وفي العصور المصرية بدأ السفر بهدف العمل أو المتعة يزدهر ، وبدأت المراكز البدائية للضيافة تنتشر على الطرق الرئيسية ثم تحسنت وسائل النقل في العهد الآشوري ، ثم مع انتصار الفرس بدأ التطور فنظمت الطرق وظهرت العربات ذات الأربع عجلات للنقل[٢] .

وكان النبلاء الصينيون وضيوفهم يتوجهون إلى منتجعات الاصطياف و الفلل وغيرها .

(١) توفيق، ماهر عبد العزيز- ١٩٩٧ - مرجع سبق ذكره .

(٢) خربوطلي ، صلاح الدين ، الاقتصاد السياحي ، دمشق ص ١٢

وعرف العرب السفر الطويل للهجرة والتجارة على شكل قوافل تنطلق من الجزيرة العربية إلى مصر أو بلاد الشام ، أو موجات بشرية تستقر في بلاد الرافدين، وبلاد الشام ، وشمال إفريقيا .

ب- حب الاستطلاع :

أدى هذا الدافع لدى الناس لمعرفة عادات وتقاليد الشعوب الأخرى إلى القيام برحلات طويلة بغرض التعرف على عادات وطرق معيشة الناس[١] وتعتبر روايات السياح الأوائل مثل المؤرخ الإغريقي المعروف (هيرودوت Herodotus) عام ٤٢٤ ق.م وهو أول من قام برحلة شملت آسيا الصغرى وجزر اليونان ، ثم تجول في بلاد الشرق الأدنى ووصل إلى بابل وفلسطين ومصر ، ثم إلى صقلية وجنوب ايطاليا ، وفي أثناء هذه السياحات تعرَّف على طبيعة البلاد وتاريخها وكذلك نظمها ، وقام بتصنيفها في كتابه الكبير الذي يعتبر أقدم مصدر للمعلومات عن الحضارة القديمة[٢] ومع نشوء الإمبراطوريات الكبيرة بدأ نشوء الطرق والمسارات المائية وعربات السفر لانتقال الموظفين للاستطلاع وجمع الضرائب[٣].

ج- الدافع الديني :

دفع هذا الشعور الناس إلى القيام برحلات بعيدة لغرض زيارة الأماكن المقدسة ، فإن الصينيين من أتباع "بوذا Bootha " كانوا يقطعون آلاف الكيلومترات عبر مناطق صحراوية لغرض زيارة الآلهة ، ومع فجر الإسلام كان القريشيون يقومون برحلتي الصيف والشتاء إلى الشام واليمن ، ثم جاءت هجرة المسلمين إلى الحبشة ، وهجرة الرسول الكريم (ص) إلى المدينة المنورة وقد ورد في القرآن الكريم عدد من الشواهد الدالة على الترحال والسياحة والخروج من بلد

---

(١) خربوطلي، صلاح الدين -٢٠٠٢- السياحة صناعة العصر، دار حازم، دمشق ص ٢٠

(٢) ماهر، توفيق عبد العزيز- ١٩٩٧ -، مرجع سبق ذكره .

(٣) خربوطلي، صلاح الدين ، الاقتصاد السياحي، مرجع سبق ذكره ص ١٢

إلى آخر ، كرحلة موسى عليه السلام وخروجه مع أتباعه خوفاً من فرعون ورحلة إبراهيم عليه السلام إلى أرض كنعان والجزيرة العربية ....الخ. [1]

٢- السياحة في العصور الوسطى :

كان اتجاه السفر والسياحة في تلك العصور للتجارة ، أو نشر الدين المسيحي والتوجه إلى الحج، رحالات، دراسة، وانتشرت شبكة من النزل الخيرية لتخدم كافة الطبقات الاجتماعية ، وكان المسيحيون في طريقهم إلى القد س يقومون بجولات اجتماعية واستجمام ،رغم دافعهم الديني للسفر، وفي أواخر القرن الثالث عشر اكتشف ماركو بولو MARKO Bolo (1254 - 1323) الطرق بين أوربا و آسيا ، ونشأ في الصين نظام طرقي جديد منذ عصر "شو" Show(1221 -1122)قبل الميلاد ، وكان كتاب ماركو بولو مصدر معلومات للغرب عن الحياة في الشرق خلال تلك الفترة ،كما ظهرت كتب أخرى عن السفر مثل مطبوعة رحلات جون ماندفيل John Man defile عام (**1357**)م، التي طبعت بلغات أجنبية عديدة، عن السفر إلى جنوب شرق آسيا. و في القرن الخامس عشر سجلت رحلة جماعية نظمت في فينيسيا إلى الأرض المقدسة أول شكل من أشكال التسويق السياحي ، حيث شملت الرحلة النقل والطعام والمبيت وركوب الحمير والرشوة الضرورية للمرور عبر الشريط الأحمر ، وكانت مؤسسات الطعام السريع المنتشرة على طول الطرق إلى الحج ، وبائعو الخبز والفواكه والسمك واللحم والكعك موجودين على جوانب تلك الطرق. [2]

وقد انطلق الرحالة العرب يجوبون العالم الذي كان يدور في قلب تلك الحضارة. ترك هؤلاء الرحالة وثائق سياحية فذة، ومن أبرز الرحالة العرب في

---

(١) ا مدان، سهيل -٢٠٠١- الإدارة ا حديثة للمؤسسات السياحية والفندقية – دار الرضا للنشر , دمشق ط١ , ص٥٤

(٢) خربوطلي ، صلاح الدين- ٢٠٠٢ – السياحة صناعة العصر مرجع سبق ذكره س٢٠

تلك العصور[١] "ابن بطوطة " الذي كان مثالاً للرحالة والسائح فقد بدأ سياحاته في سن الحادية والعشرين واستمر بها /28/ سنة شملت الجزائر وتونس ومصر والشام ثم الحجاز والقرم وروسيا وإيران والهند والصين ثم بعد عودته سافر إلى الأندلس والسودان ، وقد دوّن ذلك في كتابه الشهير (تحفة الأبصار في غرائب الأمصار وعجائب الأسفار) وكذلك (أبو عبيدة البكري) الذي وضع كتاب عن غرب إفريقيا بعنوان (المسالك والممالك) ولا تزال هذه الكتب تصلح للإرشاد السياحي في تلك المناطق .

ومن الرحالة العرب (ابن جبير) الذي قام برحلة من بلاد الأندلس إلى المشرق العربي.

وكذلك كانت الروايات التي كُتبت آنذاك مثل (السند باد وألف ليلة وليلة) كتباً سياحية تشمل سحر الشرق وعبقه .

وفي القرن الخامس عشر كانت رحلة فاسكو دي غاما Fiasco die game إلى الهند ثم الصين عن طريق رأس الرجاء الصالح ،ثم رحلة كر ستوفر كولومبس Colombo's Krostover إلى أمريكا 1492 ما شجع الأوربيين على الهجرة إليها فيما بعد وأيضا رحلة ماجلان البرتغالي Majlaan حول العالم الذي قتل في الفلبين (125)م.

وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة الطلبة وطالبي العلم الذين كانوا يقومون برحلات لغرض العلم و الدراسة والتعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى وكانت تلك الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت قاصرة على طبقة الأرستقراطيين لأن السفر يتطلب وقت فراغ وأموال فائضة عن الحاجة. [٢]

---

(١) توفيق، ماهر عبد العزيز, صناعة السياحة -١٩٩٧ -

(٢) توفيق، ماهر عبد العزيز – ١٩٩٧- مرجع سبق ذكره

٣-السياحة في عصر النهضة :

بدأ المسافرون بين القرن الرابع عشر والسابع عشر تدفعهم الرغبة في زيادة الخبرة والمعرفة في السفر إلى مواقع تاريخية وأثرية وإلى بلدان بعيدة بهدف الاستطلاع والتغيرات ،ففي بريطانيا أقرت إليزا بيت الأولى شكل السفر بعربات الخيل للسياسيين وطلاب الجامعات مثل أكسفورد Oxford وكامبردج Cambridge كما أقامت في بريطانيا منح لدراسة السفر ، ونشرت بريطانيا شهادات للسفر فترتها سنتين أو ثلاث وفتحت الباب للتخصص وبدأ إصدار جواز سفر للمسافر يؤخذ منه في مركز المغادرة ويزود بجواز جديد خاص بكل بلد يريد زيارته، وكان شكل من النقد بحوزة المسافر حيث بدأت بطاقات الاعتماد بشكل يشبه شيكات المسافر اليوم ، ومسافرو إليزابيت كانوا يتوجهون إلى إيطاليا مروراً بباريس وفرانكفورت . لقد عمت الرحلات الأليزابيتية وأصبحت تعرف باسم الرحلة الكبرى في منتصف القرن السادس عشر، ولهذه الرحلة الكبرى صدر في حينه دليل سفر للمسافرين نشر في عام (1778) من قبل توماس نوغنت Tomas Nougant .

٤ – السياحة في عصر الثورة الصناعية :

وفترتها بين (1750 -1850) حيث بدأت نواة السياحة الجماهيرية الموجودة حالياً ،وقد تخللت الفترة المذكورة متغيرات اقتصادية واجتماعية هامة مثل هجرة العمال من الأراضي الزراعية والريف للعمل في المؤسسات الصناعية والعيش في الحياة الحضرية ،كما أوجدت الثورة الصناعية طبقة اجتماعية وسطى، وازداد وقت الفراغ باستخدام الآلة ، فازداد الطلب على السفر من أجل الاستجمام ،كما انتشر نمط النزهة اليومية ورحلات الترويج عن النفس والسياحة الشعبية ومع نهاية القرن التاسع عشر بدأ العمال يحصلون على إجازة سنوية وبدلاً أن يقضوا عطلتهم في المدن والمناطق المتوسطة.[١]

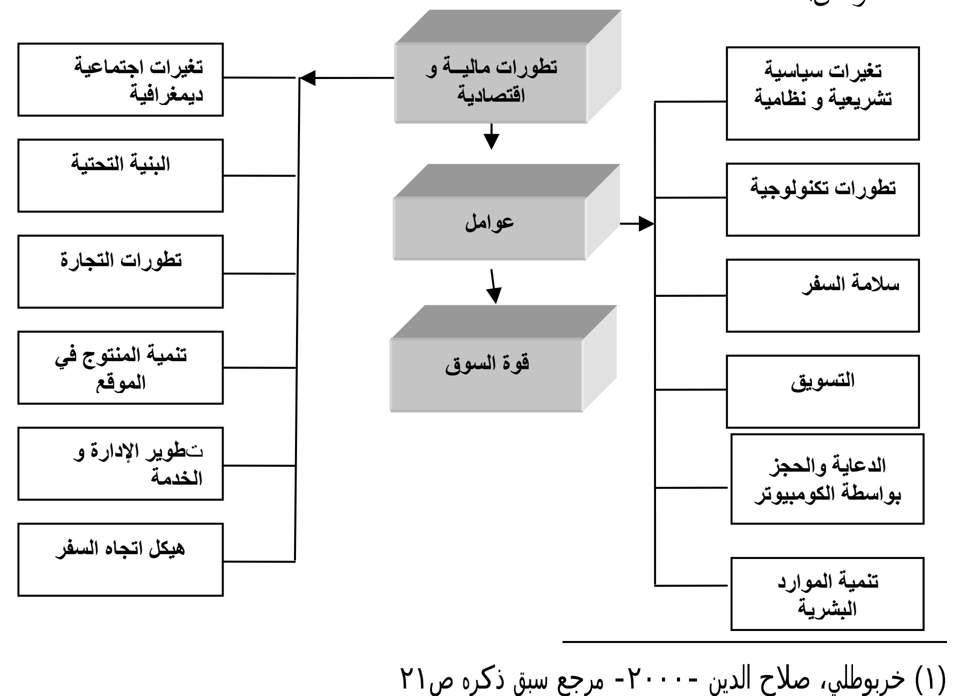
---

(١) خربوطلي، صلاح الدين -٢٠٠٢- مرجع سبق ذكره ص ٢٠

٥ – السياحة في العصور الحديثة :

إن السياحة في العصور الحديثة أ صبحت ذات طابع دولي ومأمون من المخاطر ،مما أدى إلى ازدياد تنقل السوّاح المتواصل بين أنحاء المعمورة كما سبب ازدياد وسطي الدخل الفردي ووقت الفراغ والعوامل الأخرى نشوء ظاهرة السفر الجماهيري ، ومع بداية القرن العشرين دخلت التكنولوجيا الجديدة في مجال النقل (كالطيران) ، ومجال الإيواء (فنادق دولية بخدمات شاملة) ،ووسائل النقل البري والبحري والخطوط الحديدية ووسائل الاتصالات السريعة ،وتغيرت حياة الإنسان وخاصة في الدول المتقدمة ، ما دفع الإنسان إلى التمتع بلذائذ السياحة والسفر .

وبذلك حدثت تطورات كمية ونوعية كبيرة في مجال السياحة وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية[١]ومازالت السياحة تتأثر بعوامل عديدة (اقتصادية ومالية وتكنولوجية)، كما تتبادل التأثيرات مع البيئة وعوامل التسويق والترويج، وهذه العوامل تنعكس على هيكل السفر، وتطوير المنتج السياحي،ويبين المخطط التالي تلك العوامل) :



(١) خربوطلي، صلاح الدين -٢٠٠٠- مرجع سبق ذكره ص٢١

ثانياً- اتجاهات السياحة: Tourism Trends

أصبحت السياحة الصناعة الأولى في العالم نظراً لتصاعد أهميتها عالمياً منذ منتصف القرن العشرين حيث بدأت أعداد السياح تتصاعد ، وحسب إحصاءات ، منظمة السياحة العالمية ففي عام/١٩٥٠م/كان عدد السياح في العالم/20/ مليون سائح، ثم ارتفع إلى ٧٠ مليون عام ١٩٦٠م ليصل إلى ١٦٥ مليون سائح عام ١٩٧٠م وفي عام ١٩٨٠م وصل العالم ٢٨٦ مليون سائح، وقفز هذا الرقم إلى ٤٦٥ مليون عام ١٩٨٥م. أما في عام ١٩٩٥م صار العدد ٥٦١ مليون سائح وفي عام ١٩٩٧م ٦١٣ مليون وفي عام ٢٠٠٠م ٦٩٨ مليون سائح.

ومن المقدر أن يصل في عام ٢٠١٠م إلى ١٠١٨ مليون سائح، وفي عام ٢٠٢٠م يقفز إلى أكثر من ١٥٠٠ مليون سائح.

إن هذه الأرقام المتوقعة لحركة السياحة العالمية تبرز لنا أن صناعة السياحة مرشحة لأن تكون سمة من سمات الربع الأول من القرن الواحد والعشرين كما يتوقع بعض الخبراء.

كما ويمكن وضع السيناريوهات التالية كمؤشرات على أبرز اتجاهات السياحة العالمية خلال الأعوام المقبلة على أقل تقدير:

١- إن استمرار عملية التباين في الثقافات وطراز الحياة والعادات والتقاليد يعتبر مؤشراً جيداً على احتمالات زيادة الطلب على السياحة.

٢- بروز نوع من سياحة كبار السن(The Elderly Tourism) حيث تشهد الكثير من دول العالم في أوربا واليابان خصوصاً تنامي شريحة كبار السن وتنامي دخولهم على حساب الفئة الشبابية.

٣- زيادة الدخول المخصصة للأنفاق على نشاطات الاستجمام واللهو وذلك نتيجة لارتفاع الدخول أصلاً في البلدان المتقدمة ، وانخفاض معدلات التضخم والضرائب، وزيادة فرص منح الأجازات المدفوعة الثمن (الإجبارية) من قبل أرباب العمل في البلدان المتقدمة.

٤- بروز مناطق جذب سياحية جديدة لم تكن معروفة مثل مناطق الجذب السياحي في الأمازون، وبعض المناطق السياحية الصحراوية في بلدان مثل مصر والصومال واليمن والإمارات العربي المتحدة والبحرين والسعودية..وأمريكا اللاتينية...

٥- الاتجاه نحو قصر الرحلات السياحية وتكراراها...

٦- بروز بلدان سياحية جديدة لم تكن معروفة أو متاحة للسياح خصوصاً الباحثين عن المغامرة والتحدي....

٧- من المتوقع أن يدخل العلم والتكنولوجيا(**Science &Technology**) إلى صناعة الضيافة من أوسع أبوابها خصوصاً في بدايات القرن الحادي والعشرين.

- **وقد حدد الدكتور عثمان العائدي رئيس الاتحاد الدولي للفنادق والسياحة** في المعرض العالمي للفنادق والسياحة في بيونس أيرس في الأرجنتين في ٢٠٠٠/٨/١١م اتجاهات السياحة العالمية بالآتي[1]:

١-الاقتصاد العالمي القوي وتأثيره على وسائل السفر حول العالم، وإلى مختلف المناطق، بما في ذلك العوامل الأخرى التي ستساعد في النمو السياحي ومنها حجم وسائل النقل الجوية المستقبلية للمسافرين.

٢- سيطرة التكنولوجيا على الاقتصاد والمجتمع وتأثيرها على أساليب الاستهلاك السياحي وكذلك طرق الترويج السياحية، والمهارات المطلوبة في العاملين في القطاع ودورها في تحسين السيطرة على التسويق والتنشيط والحجز والمشتريات.

٣- مضاعفة عدد سكان العالم في السنوات الأربعين المقبلة ما يعني أن المسنين سيعيشون عمراً أطول وبحالة صحية أفضل بحيث يشكلون شريحة كبرى في السوق السياحية، ما يعني أن على هذه السوق التأقلم لتلبية حاجاتهم.

٤- سيصبح الوقت سلعة باهظة الثمن ما دامت أوقات الفراغ ستزداد وأجهزة الكومبيوتر ستغزو البيوت، لذلك فإن السياح سيركزون على النوعية الأفضل

(١) د. العائدي، عثمان، ٢٠٠٠،ندوة الثلاثاء الاقتصادي، آفاق السياحة سورية .

للمقصد السياحي والراحة، وفق أسعار لا تجعلهم يشعرون بالأسف. ويمكن أن تتوقع المطاعم اهتماماً متزايداً بأنواع التغذية.

٥-سيصبح من الصعب اكتساب زبائن الإنترنيت والد "دوت كوم" والمحافظة عليهم في التجارة الالكترونية، إذا لم نستطيع أن نؤمن لهم معلومات سريعة وشفافة ودقيقة من مروجي السياحة والسفر.

٦-ستكون البيئة عنصر اهتمام أساسي سواء عند السياح أو عند مرّوجي السياحة ويمكن توقع زيادة تأثيرها على قرارات الزبائن في اختيار المقصد السياحي، وكذلك على الإجراءات الحكومية وبالتالي على التكاليف.

٧- ستزداد أهمية السياحة الثقافية، ما يعني زيادة الجهود المبذولة للحفاظ على التراث الحضاري والثقافي والأثري، بحيث تتكون علاقة أساسية بين السياحة والثقافية والتنمية يمكن ترجمتها كما يأتي:

١- دعم الثقافة من أجل تنمية السياحة.

٢- تنمية السياحة من أجل دعم الثقافة.

- **ومن أبرز التأثيرات التي سيحدثها هذا التقدم العلمي والتكنولوجي على القطاع السياحي، نذكر على سبيل المثال لا الحصر[١]:**

أ- تسريع عملية الحجوزات وضمان دقة هذه العملية.

ب- تقليص التكاليف المترتبة على تقديم الخدمات السياحية الأمر الذي سينعكس بالإيجاب على مؤسسات الضيافة والمسافرين.

ت- ظهور طائرات عملاقة سريعة وقادرة على قطع المسافات البعيدة وبتكاليف أقل.

ث- زيادة فعالية الأداء السياحي، مما ينعكس بالإيجاب على رضا السياح والمسافرين.

---

(١) الطائي، يد عبد الن - ٢٠٠٠ إدارة الضيافة ، مركز طارق للخدمات ا امعية، عمان – الإردن.ص ٢٤-٢٦

ج- تنامي العلاقة التفاعلية ما بين السائح ومؤسسة الضيافة(Encounters) ، وذلك نتيجة للاهتمام المتنامي من قبل مؤسسات الضيافة في تدريب وتأهيل العاملين لديها ، والتركيز على التسويق الداخلي(NTERNAL Marketing) وتسويق العلاقات(Relationship Marketing) كمدخلات أساسية في النظام السياحي المتكامل(Integrated Tourism Systems) أو توجهات السائح(Tourism Orientation) كسياسة وفلسفة مطلوبة في هذه الصناعة الحيوية التي تتسم بالمنافسة الشديدة التي تعتمد في بقائها ونموها على رضا السائح بالدرجة الأساس(Tourist Satisfaction).

ح- احتمال اندفاع مؤسسات الضيافة، خصوصاً الصغيرة والمتوسطة الحجم، لتحقيق اقتصاديات الحجم السياحي(Tourism Economic Of Scale).

ثالثاً- أهداف السياحة[١]:

١- المعرفة والعلم.
٢- التعرف على الآخرين وعاداتهم وتقاليدهم.
٣- تحقيق المشاهدة على الطبيعة وحب الاستطلاع.
٤- نقل ثقافات وحضارات البلاد.
٥- إعادة بناء الإنسان جسدياً ونفسياً وذهنياً.
٦- الترويح عن النفس وتجديد النشاط.

رابعاً- أهمية السياحة:

فالسياحة قناة من قنوات الاتصال ونقل مقومات الحضارة والثقافة .ولذلك فقد أصبحت السياحة عصب الاقتصاد ، لأن الصناعة السياحية صناعة شاملة ذات نشاط إنساني متكامل وتعتبر من أهم سمات الحياة العصرية الحديثة.

---

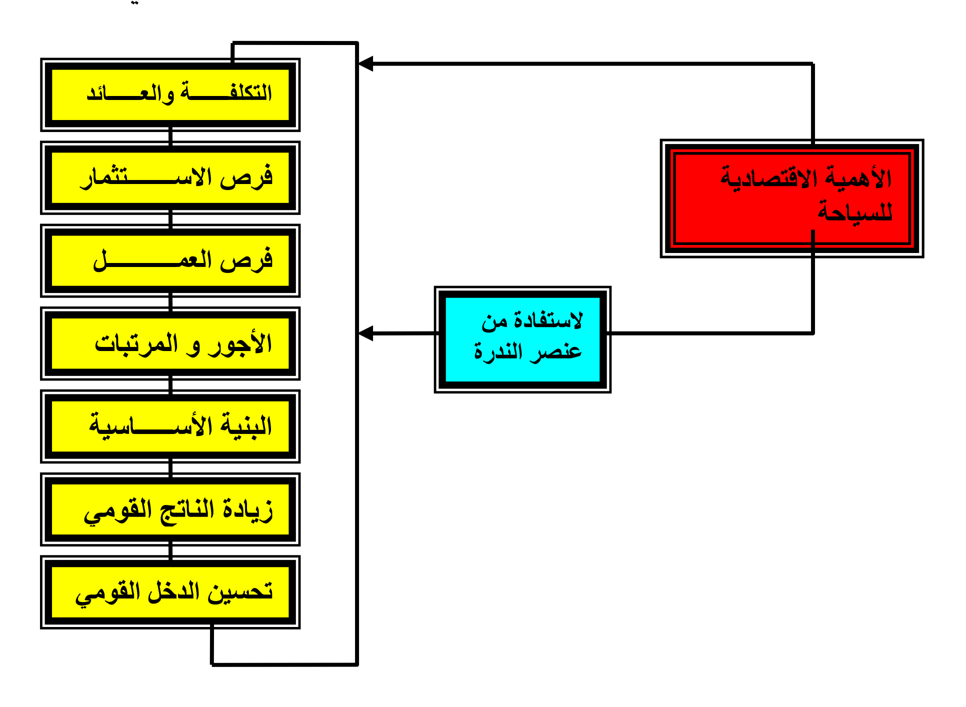
(١) أ. مد ربيع مد إبراهيم، فن الإدارة الفندقية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤،ص٣٦.

إن للسياحة أهمية خاصة ، تكتسب خصوصيتها من عدة جوانب هي :

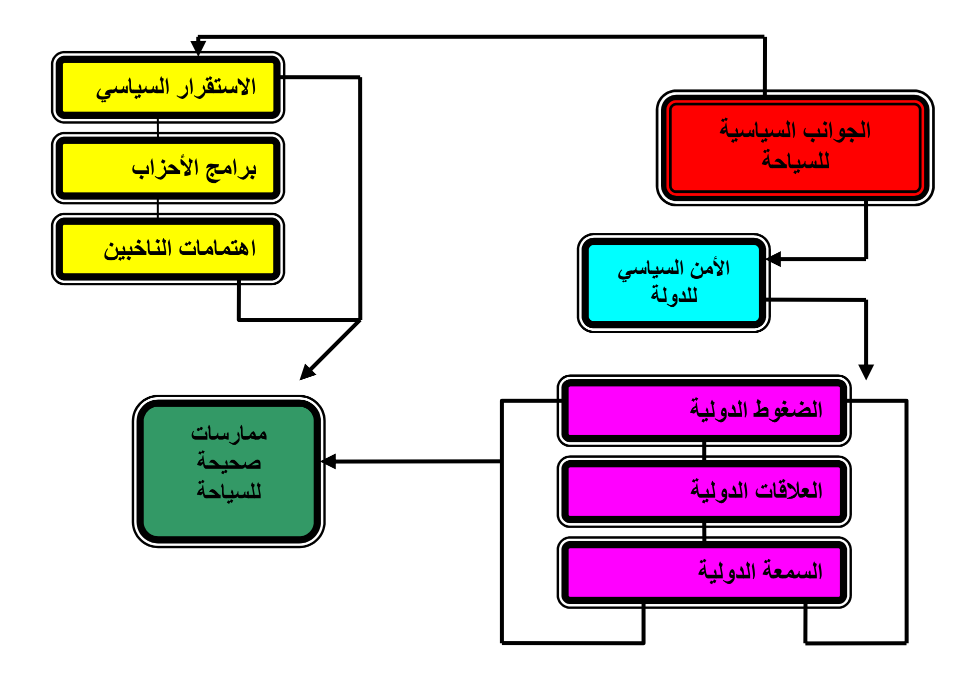
١. أهمية السياحة من المنظور الاقتصادي:

لقد ثبت يقيناً أن الاقتصاد هو العلم الذي يبحث في تعظيم الاستفادة من الموارد النادرة ، وتعد أماكن ممارسة السياحة من أكثر الموارد ندرة في العالم ، فقد باتت السياحة في القرن الحادي والعشرين صناعة تأتي من حيث الأهمية بالمرتبة الثانية بعد الاتصال والمعلوماتية ، وفي بعض البلدان باتت هي الصناعة الأولى المولدة للدخل القومي ولفرص العمل، وهي قاطرة التنمية الاقتصادية ومن هنا كانت للجوانب الاقتصادية أهميتها الكبرى في ممارسة النشاط السياحي .

كما ترتبط الأهمية الاقتصادية للسياحة من حيث كونها أداة ووسيلة رئيسية لتحقيق التنمية المستدامة .وكما أنها تشمل جوانب أخرى بالغة الأهمية لما لها من تأثير إيجابي مضاعف على قطاعات اقتصادية وخدمية عديدة مرتبطة بها بصورة مباشرة أو غير مباشرة.يظهرها لنا الشكل التالي:



٢. أهمية السياحة من المنظور السياسي: أصبحت السياحة بحكم ممارستها ذات طابع سياسي يوضحه لنا الشكل التالي :

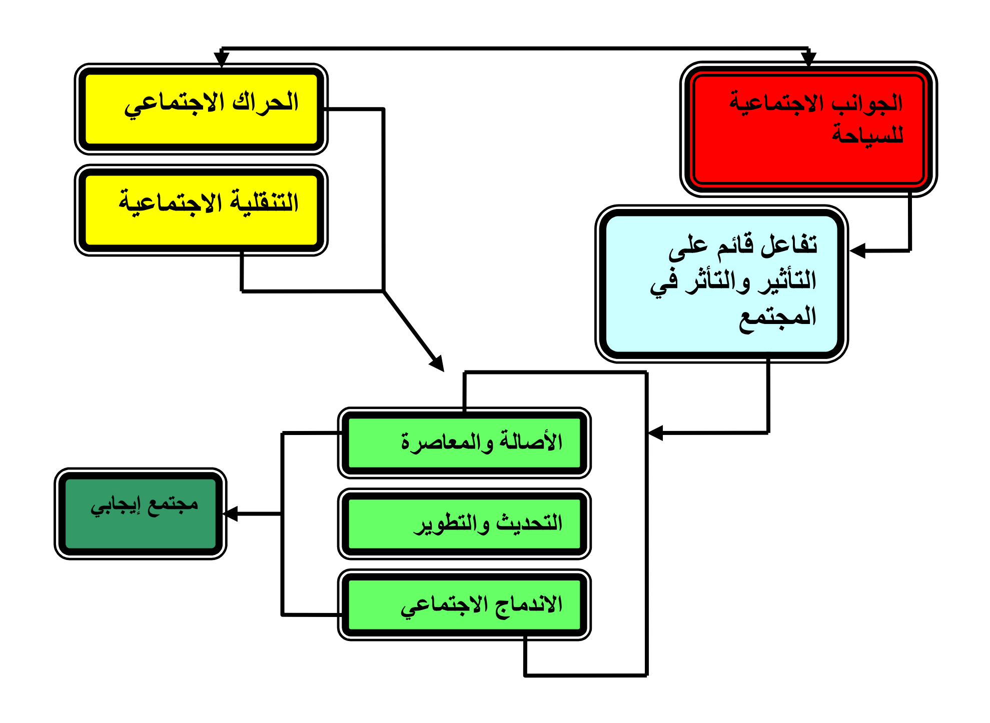


حيث يتضح لنا من هذا الشكل أن الأمن السياسي لأية دولة يتعرض لمخاطر القلاقل والاضطرابات الناجمة عن عدم رضا الأفراد عن التلوث الذي يحدث في البيئة ، أو عن الممارسات الخاطئة الضارة للبيئة ، ومن ثم فإن تصحيح هذه الممارسات والمحافظة على سلامة البيئة يعتبران من متطلبات الأمن السياسي للدولة ، وهو ما تقوم به السياحة البيئية .

حيث أصبحت البيئة والاهتمام بسلامتها من أهم عناصر البرامج السياسية للأحزاب ، وأصبحت اهتمامات ومحا ور المحافظة على السلامة والصحة البيئية الفطرية ، ومعالجة التلوث الذي حدث فيها ضمن مجالات التنافس بين القوى السياسية المتصارعة للفوز بالمقاعد السياسية في البرلمان.....

بـل لقـد أنشـئت أحـزاب (الخضـر) مـن أجـل البيئـة الفطريـة .... وأصـبحت هذه الأحزاب لها قوة ، ولها فاعلية في الساحة السياسية .

٣. **أهميـة السـياحة مـن المنظـور الاجتمـاعي:** تعـد السـياحة صـديقة المجتمـع، فهـي تقـوم علـى الاسـتفادة الكاملـة ممـا هـو متـاح في المجتمـع ، مـن مـوارد أو مـن أفـراد ، وهـي سـياحة مـؤثرة في المجتمـع ، ومتـأثرة بـه ، بشـكل واضح وصريح ، وهو ما يظهره لنا الشكل التالي :

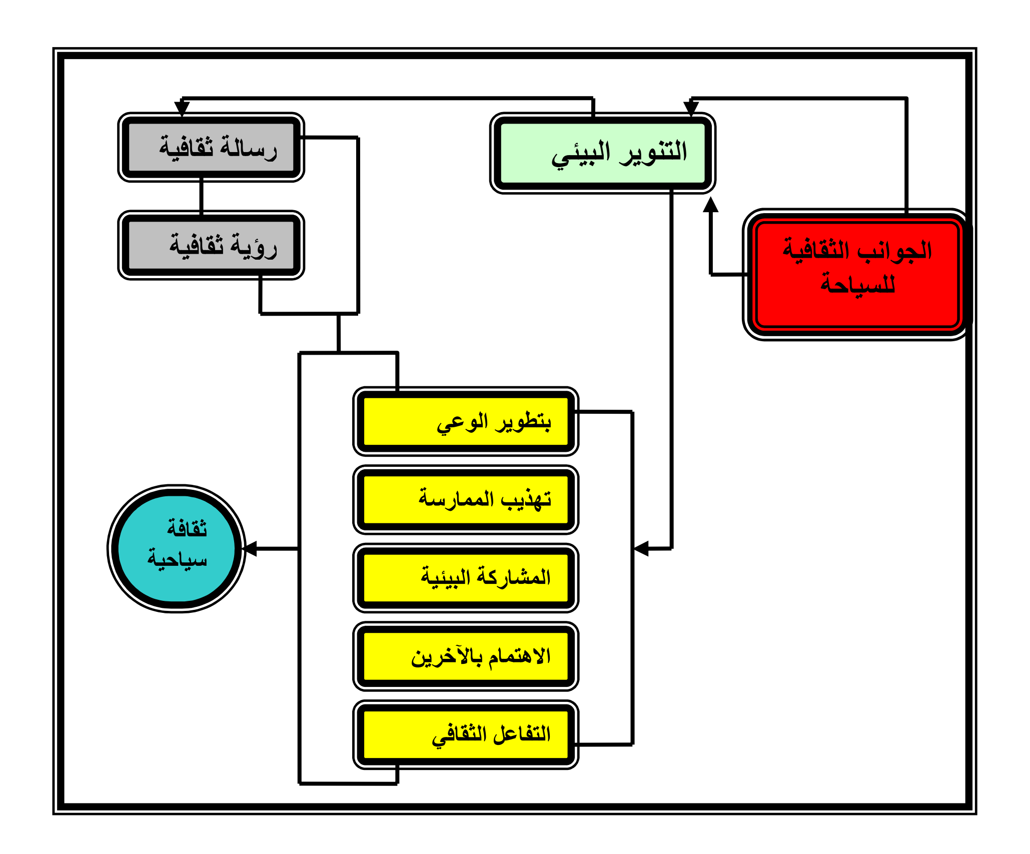


٤. **أهمية السياحة من المنظور الثقافي:**

فالجوانـب الثقافيـة للسـياحة ، جوانـب تفاعليـة قائمـة عـن توسـيع مجـال الإدراك وزيـادة الـوعي ،والمحافظـة علـى الثقافـة البيئيـة السـياحية وتعميـق الإحسـاس بالشـعور والتعـاون وأهميـة المشـاركة وتنميـة المعرفـة بـالآخرين الـذين يعيشـون علـى كوكـب الأرض . حيـث تكتسـب السـياحة أهميتهـا الثقافيـة مـن

كونهـا تقـود عصـر التنـوير البيئـي ، ذلـك التنـوير الـذي أظهـر أهميـة وقـف تـدهور البيئـة الفطريـة الطبيعيـة ، وأهميـة القضـاء علـى التلـوث الـذي حـدث فيها ، وحتمية استعادة التوازن الطبيعي الفطري ، ....

ومـن هنـا كـان الـدور الثقـافي الـذي تقـوم بـه السـياحة ، والـذي يظهـر أهـم معالمه في الشكل التالي :



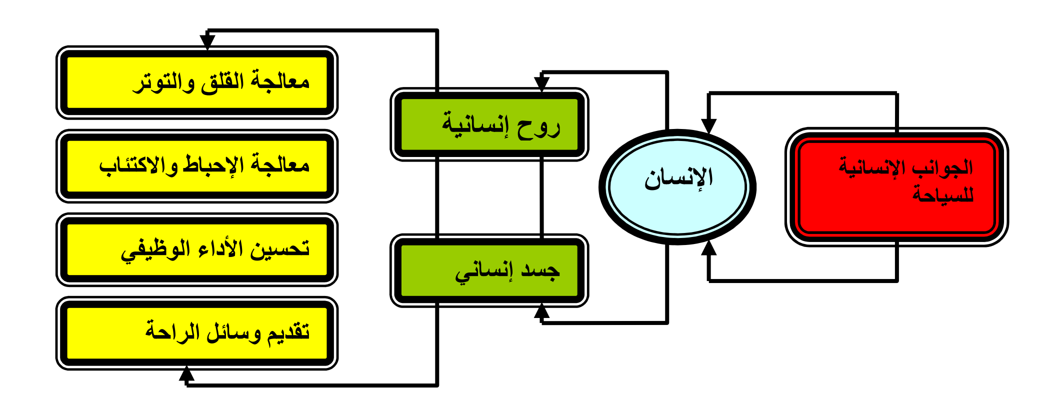
هـذا مـن ناحيـة ، ومـن ناحيـة أخـرى تعمـل السـياحة الثقافيـة علـى الاسـتفادة مـن المناهـل الثقافيـة المحليـة ، خاصـة ينـابيع الثقافـة الـتي تشـمل كـلاً مـن : الفنـون الجميلـة ، والآداب ، والتـاريخ ، والموسـيقى ، وفـن الـدراما ، والـرقص التعبيري ، والفلكلوري ، وسياحة الندوات واللقاءات الثقافية.....الخ.

يتجلى دور السياحة الثقافي بـ:

- التعرف على الحضارات والآثار القديمة.
- التعرف على العادات والتقاليد السائدة في بلد ما.
- تبادل الأفكار والآراء وزيادة التفاهم بين الشعوب.
- التخفيف من حدة التوترات ودعم السلام العالمي.
- تعلم اللغات حتى يمكن التعامل بسهولة مع الجنسيات الأخرى.

٥-أهمية السياحة من المنظور الإنساني:

تعد السياحة نشاطاً إنسانياً، يمارسه الإنسان وهو ما يظهره لنا الشكل التالي:



تعمل السياحة على توفير الحياة الجميلة السهلة للإنسان، حيث تقدم له:

١- العلاج من القلق والتوتر، وتوفير الراحة والانسجام، والابتعاد عن ضغوط الحياة السلبية وعصبيتها، ليتحقق الشعور بالراحة.

٢- استعادة الحيوية والدافعية والتوازن العقلي والعاطفي الذي يحتاج إليه الإنسان لمواصلة الحياة.

٣- امتلاك القدرة على صفاء النفس وسلامة الوجدان وصحوة ويقظة الحواس الخمسة ، وسلامة الضمير ، والحس الأخلاقي ، وإعلاء شأن المبادئ الحميدة.

خامساً- ما هي الشروط الواجب توفرها في الصناعة السياحية؟

ونكرر ما ذكرناه، في هذا الفصل، من أن السياحة لكي تكون صناعة فاعلة فإنه **ينبغي توفر الشروط الأساسية التالية**[1]:

١- إيمان وقناعة بالسياحة من أعلى المستويات في الدولة المضيفة.

٢- أن تكون السياحة نشاطاً منظماً ومنضبطاً.

٣- أن تساهم السياحة في الحفاظ على البيئة الداخلية والخارجية.

٤- أن تتوفر لصناعة السياحة كوادر مؤهلة قادرة على إشباع رغبات السياح وتحقيق أعلى درجات الرضا لديهم.

٥- أن تمتلك صناعة الضيافة أخلاقيات للمهنة أسوة بالمهن الأخرى مثل الطب والمحاماة والتعليم.

٦- أن تكون جزءاً أساسياً لا يتجزأ من الاقتصاد الوطني.

٧- أن تكون مبنية على أسس علمية وتكنولوجية صحيحة.

٨- أن تتكيف مع المتغيرات بشكل إيجابي.

٩- أن يتم تطويرها بشكل منظم ودوري.

١٠- أن تحقق التفاعل المنشود بين حضارات الشعوب من خلال العلاقات التفاعلية الصميمة بين البلد المضيف والضيف الزائر(**Encounters**).

(١) د.الطائي، يد- ٢٠٠١- أصول صناعة السياحة ، مؤسسة الوراق،ط١. ص٣٦

سادساً- أركان السياحة[1]:

١- نقل: ويشمل بري/جوي/بحري.

٢- إيواء: ويشمل فنادق/ شقق/ موتيلات/ بانسيونات/ مخيمات.

٣- برنامج: ويشمل وكلاء السفر/ الشركات السياحية/ الأماكن الأثرية والسياحية.

تعتمد أركان السياحة على بنية تحتية وفوقية سياحية كما يلي:

(١) البنية التحتية للسياحة:

وتكون في الخدمات الأولية الواجب توافرها للقيام بأي مشروع أو منطقة سياحية مثل شبكات المياه الثقيلة والمياه العذبة والكهرباء والغاز والتلفونات والخدمات الصحية والطرق والبنوك، إن أي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة دون توفر هذه الخدمات. إذ تعتمد صناعة السياحة أساساً على البنية التحتية.

(٢) البنية الفوقية للسياحة:

وهي منشآت الإقامة كالفنادق والموتيلات والمخيمات..الخ. وكذلك مشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية، ووكلاء السفر والشركات السياحية، ومكاتب إيجار السيارات، والمترجمون والأدلاء السياحيون والمنظمات السياحية والمسارح والملاعب والسينما...الخ، وهذه الخدمات تختلف من بلد إلى آخر وحسب مستوى تقدم البلد.

سابعاً: مساهمة السياحة في الاقتصاد العالمي:

- تساهم السياحة بنسبة ١١٪ من مجموع الإنتاج المحلي.
- توفر نحو ٢٠٠ مليون فرصة عمل، أي حوالي ٨٪ من مجموع فرص العمل في العالم.
- ستساهم السياحة بنحو ٥,٥ مليون فرصة عمل سنوياً حتى عام ٢٠١٠.

---

(١) د. أ د مود مقابلة، صناعة السياحة،مرجع سابق،ص٢٨- ٢٩.

- تحتل الصادرات السياحية رقم(١) في التجارة الدولية، حيث بلغت قيمة الصادرات السياحية ٥٣٢ بليون دولار عام ١٩٩٨.
- بلغ معدل الدخل السياحي لعام ٢٠٠١ نحو ٤٦٢ بليون دولار.
- بلغ معدل نمو الدخل السياحي في الفترة بين ١٩٨٨-٢٠٠١ ما يقارب ١١٪.
- أدى تطور الصناعات الحرفية والتقليدية في المجتمعات السياحية إلى زيادة تفاعل المجتمع المحلي مع السياحة، بالإضافة إلى زيادة فرص العمل في هذا المجال.
- أدى تطور السياحة إلى زيادة مشاريع التنمية التحتية من طرق وماء وكهرباء وهاتف وصرف صحي ومطارات بالإضافة على مشاريع التنمية الفوقية من خدمات سياحية مثل المطاعم والفنادق والاستراحات.

ثامناً-مساهمة السياحة في الاقتصاد العربي:

- إجمالي قيمة العائدات السياحية لبعض الدول العربية عام ٢٠٠٠

الأردن	٧٢٢ مليون دولار أمريكي
تونس	١٥٠٧ مليون دولار أمريكي
سوريا	٢١٠٨ مليون دولار أمريكي
مصر	٤٣٤٥ مليون دولار أمريكي
المغرب	٢٠٣٨ مليون دولار أمريكي
اليمن	٧٦ مليون دولار أمريكي

- نسبة الإيرادات السياحية إلى إجمالي الصادرات لبعض الدول العربية عام ١٩٩٩.

الأردن	٤٣٪
الامارت	٣٪
تونس	٢٥٪
سوريا	٤١٪
عمان	٢٪

مصر	٪١٠٩
المغرب	٪٩٣
اليمن	٪٦

المبحث الثالث
أنواع السياحة

- السياحة الدينية والعقائدية
- سياحة الاستكشاف :سياحة المغامرات والمخاطر
- سياحة مراقبة الحياة البرِّية الطبيعية. السياحة العلاجية
- السياحة التاريخية.
- السياحة الرياضية وممارسة الهوايات الرياضية
- السياحة الصحية والنقاهة واستعادة الشباب.
- سياحة التدفيع والتحفيز
- سياحة التعلم والتدريب ـ سياحة الندوات والمؤترات
- سياحة الأعمار ـ سياحة المناسبات الشخصية
- سياحة المواسم والفصول المناخية ـ سياحة التسوق
- سياحة الجذور والحنين للوطن ـ السياحة الجغرافية
- سياحة ممارسة الهوايات ـ سياحة تنوع المقاصد السياحية
- السياحة حسب نوعية السائح ـ السياحة حسب المنطقة الجغرافية
- سياحة الأحداث والحوادث ـ سياحة محور النشاط
- السياحة حسب مكان الإيواء والإقامة - حسب طبيعة البرنامج السياحي
- حسب مدة البرنامج السياحي ـ حسب حيوية البرنامج
- سياحة وسيلة النقل المستخدمة ـ حسب ما يشاهد السائح

المبحث الثالث
أنواع السياحة
Kinds Of Tourism

إن هدف السياحة هو الحصول على إشباع ، وإمتاع ، وإسعاد ورضا السائح .... فإنها لا تزال مورداً جوهرياً للدخل القومي ، وأداة استثمار القدرات البشرية وغير البشرية ، وأداة استغلال الطاقات الإيوائية المتاحة في الفنادق والموتيلات) والقرى السياحة ..... فضلاً عن ما تحققه من تواصل فكري بين الشعوب باختلاف سكان دول العالم ومقاصدها السياحية .

وأهم أنواع السياحية مبينة فيما يلي :[1]

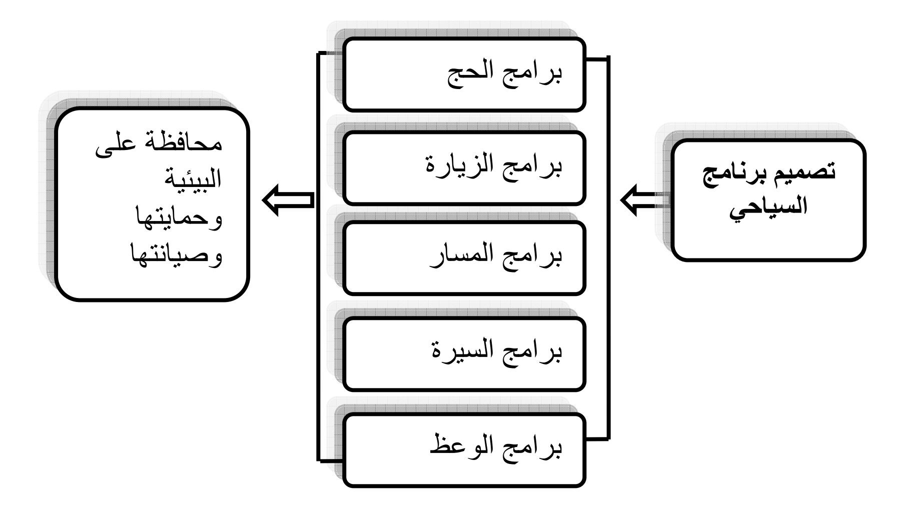
١- السياحة الدينية والعقائدية :

وهي التوجه لزيارة الأماكن المقدسة والتاريخية الدينية وأهم دافع فيها هو السفر بقصد الحج لمواقع معينة محددة في معظم الأديان ، وهذا النوع من السياحة يتطلب خدمات متنوعة الأسعار ، وخدمات مساعدة متوسطة ، ويتطلب خدمات أسواق كبيرة لغرض تبضع السيّاح منها وشراء الهدايا التذكارية لأهلهم وأقاربهم أثناء زيارتهم الدينية) .

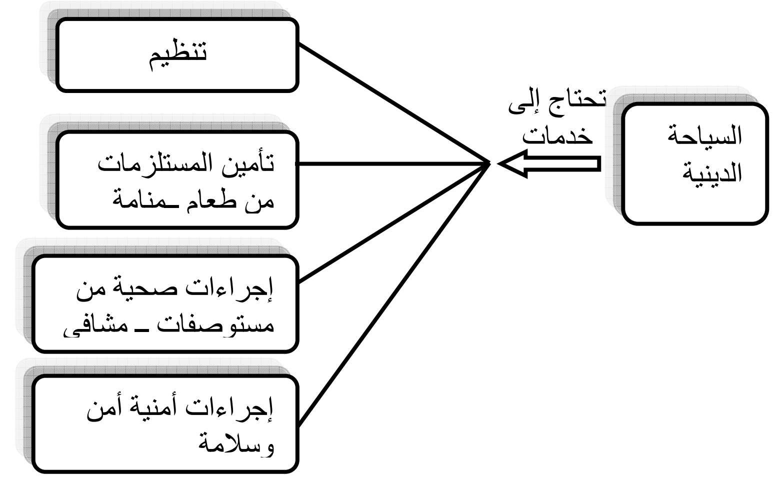
فبرامج السياحة الدينية برامج متنوعة ، وهي سياحة أخلاقية ، قائمة على المبادئ السمحة ، والمثل العليا ، وتقويم السلوك وتهذيبه ، ومن ثم فإنها جميعاً قائمة على معالجة التلوث البيئي ، والمحافظة على الموارد الطبيعية ، وتحقيق الانتفاع بها دون ضرر أو ضرار . وهو ما يوضحه الشكل التالي :

---

(١) د. سن أ د ا ض ي، السياحة البيئية، مرجع سبق ذكره ،ص٦٧ وما بعد....



هذا النوع من السياحة يحتاج إلى جهود كبيرة لتنظيمها وتأمين مستلزماتها ، وتنفيذ الإجراءات الصحية والتموينية والأمنية من السلطات خلال فترة الزيارة.



وهي من أهم أنواع الأنشطة السياحية الجماهيرية ، والتي تنفذ بأعداد كبيرة سنوياً ، و تساهم في رفد دخل الدولة من النقود ، إذ تعد (السياحة الدينية المسيحية في الفاتيكان ، أحد المداخل الرئيسية للاقتصاد الإيطالي ، وقد قامت إسرائيل ببيع زجاجات فارغة على اليهود في أمريكا ، بزعم أن هذه الزجاجات مليئة بهواء القدس) .

كمـا يعـد الحــج إلى مكــة المكرمــة والمدينــة المنــورة في المملكــة العربيــة السعودية، مصدراً مهما في زيادة الدخل العام ، حيث ينفق حجاج بيت الله الحرام أموالاً طائلة في سبيل الوصول والإقامة ، وشراء الهدايا والبضائع قبل العودة إلى أوطانهم .

- أهم برامج السياحة الدينية والعقائدية :

- برامج الحج والعمرة وقضاء المناسك
- برامج زيارة الأماكن المقدسة .
- برامج زيارة الأضرحة وأولياء الله الصالحين .
- برامج زيارة الكنائس والأديرة ومسار السيد المسيح والسيدة العذراء في مصر والتي يتبرك بها .
- برامج التوعية والتثقيف الديني سواء للأطفال أو الشباب والوعظ ، خاصة لكبار الأئمة والداعين إلى الله .

السياحة الدينية تمثل دعوة لإيقاظ الضمير ، وزيادة الإحساس بالمسؤولية ، وتنمية ثقافة الالتزام تجاه البيئة وزيادة الوعي بها وبقضاياها .

٢- سياحة الاستكشاف :

وهــي سـياحة البحـث عـن المعرفـة ، والوصـول إلى بيانـات ومعلومـات جديدة، معرفة الحقائق ، البحث عن المجهول ..... ، حيث تساعد السياح على اكتشاف EXPLORE ذاتهم أولاً ، ثم اكتشاف قوانين الحياة ثانياً ، ثم معرفة أوضاع ونظم وقوانين الطبيعة ثالثاً .... وهم في هذا الاكتشاف ، يقتربون من الحكمة ، ويستخلصون الرسالة البشرية .

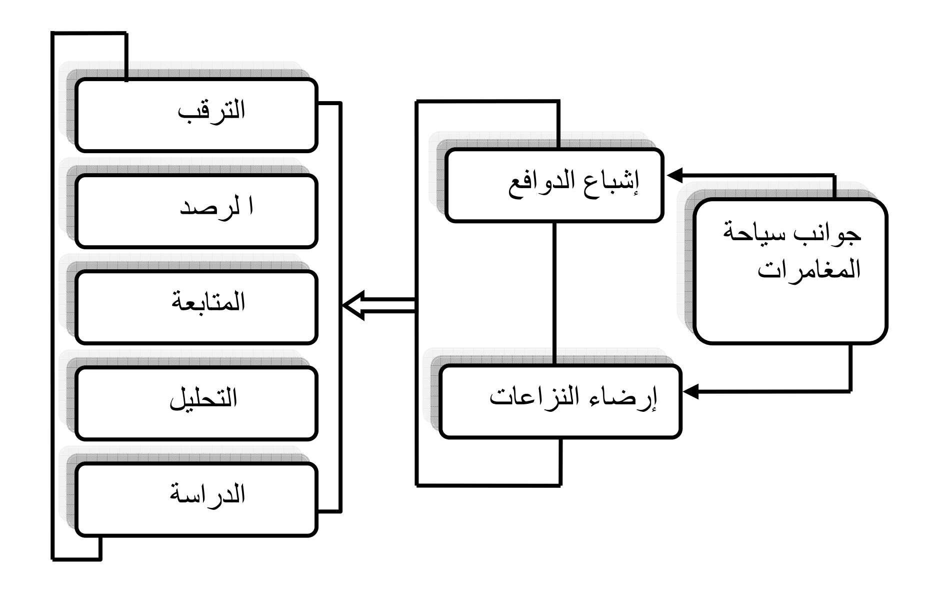
وتنبع من هذه السياحة رسالة إنسانية عظيمة ، وهي التقريب بين الشعوب وحفظ العلاقات السليمة بين الناس.

٣- سياحة المغامرات والمخاطر :

تتعلق بأنشطة السياح الذين يرغبون بتحدي بعض ظواهر الطبيعة التي تتضمن بعض الخطورة ، ومثال ذلك التجديف بقارب عبر نهر سريع الجريان ، أو سير في طرق وعرة ، أو تسلق جبال صخرية ، أو الصيد في الحياة البرية ، أو الغوص في الأعماق .. زيارة الأديرة في أعالي الجبال ، أو زيارة أقاليم السافانا المليئة بالحيوانات البرية المتوحشة ، أو زيارة أعماق المحيطات ....الخ.

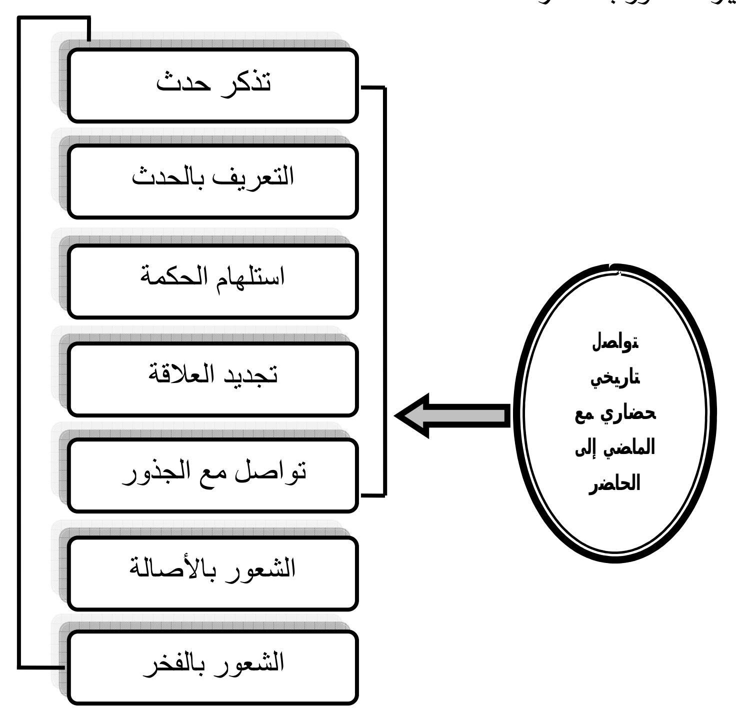
ومن ثم فإن امتزاج سياحة المغامرة مع سياحة الاستكشاف يساعد على إشباع رغبة السائح في المعرفة ، وحقه في أن يعرف RIGHT TO KNOW في الوقت ذاته دون أن يتسبب في أي أذى HARM للطبيعة أو للحياة الطبيعة WILD LIFE في المقصد السياحي ، وهي تحفل بالإثارة ، وتحفل دائماً بالمفاجآت .

وتظهر جوانب سياحة المغامرة على الشكل التالي :



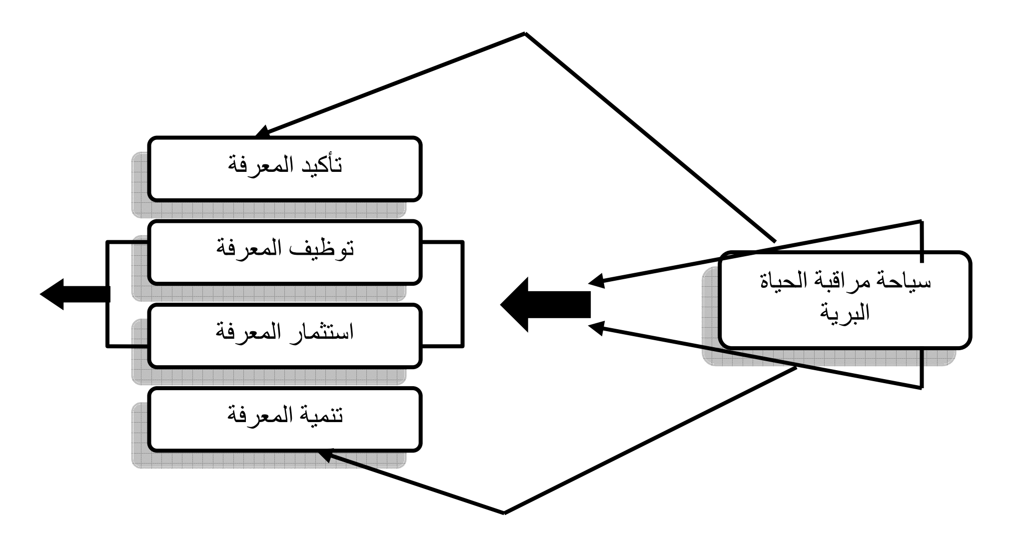
٤- سياحة المناسبات التاريخية والاحتفال بالرواد الأوائل :

فالمناسبات التاريخية هي علامات طريق عبرت عليه الحضارة الإنسانية ، وعرفت الدول من خلال الحدث التاريخي ، الذي يتم الاحتفال به ، معنى وطبيعة شعبها ، ومعنى عناصره و قوته الذاتية ، واستخلصت الحكمة ، وصاغت فلسفة الحياة ، وسياسات التعايش والتوافق الشعبي ، وتحديد علاقات الارتباط والتواصل مع الجذور العنصرية وحضارة الشعوب . وفي الوقت ذاته تعزيز قوى الأصالة التاريخية ، وتعزيز الشعور بالفخر .



٥- سياحة مراقبة الحياة البرية في الطبيعة :

هنا يقوم السائح بمشاهدة ما يحدث في الحياة البرية Wild life – watching Tourism ، وهي سياحة جديدة لها أهميتها القصوى ، بل إنها تعد من أكثرها دخلاً وإقبالاً من جانب السياح وهو ما يوضحه الشكل التالي :



وهي سياحة قائمة على رصد ، وتتبع، وقياس ، وتحليل ، ودراسة حياة الطيور، والحيوانات ، والزواحف البرية في بيئتها الطبيعية ، ومعرفة حياتها وأسرار تلك الحياة ، وفهم سلوكياتها ولاستفادة منها ..... الخ.

٦- السياحة العلاجية :

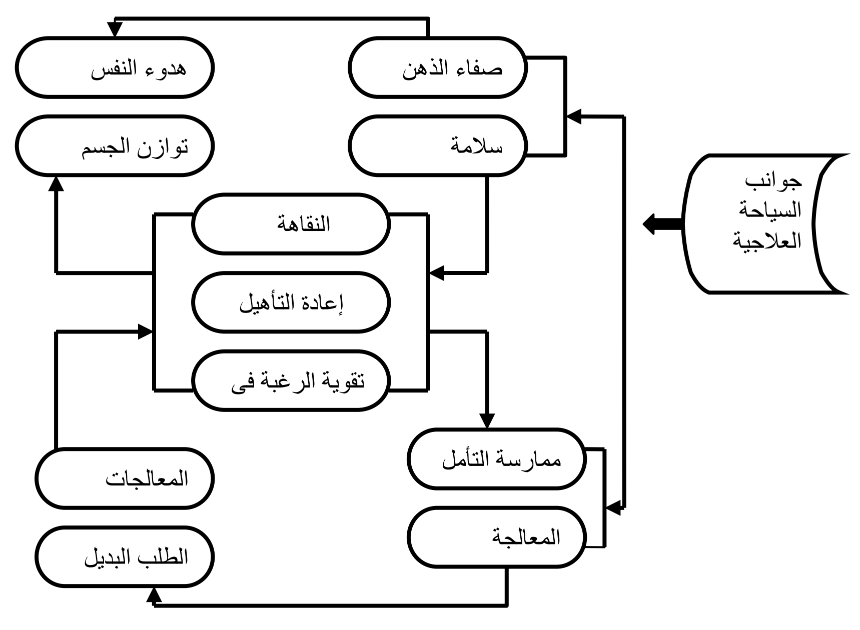
تعد السياحة الاستشفائية من أنواع السياحة المهمة ، نظراً لحصرها في أماكن محددة من الدول ، حيث (يقوم بها المرضى لتوفير العلاج من الأمراض التي يعانون منها ، متجهين إلى مناطق تتميز بمناخها الصحي وغناها بالمياه المعدنية أو الأعشاب الطبيعية ، و العيون الساخنة وحمامات الرمل وغيرها التي تتميز ببعض الخصائص العلاجية .

تعد السياحة العلاجية من الأنواع السياحة المهمة والتي تدر دخلاً محترماً، حيث ارتفعت دخول بعض الدول الأوربية من السياحة العلاجية ومن هذه الدول إيطاليا - فرنسا – النمسا - تشيكوسلوفاكيا السابقة - ألمانيا - أسبانيا - المجر ....الخ .

وتكون هذه الدول مشهورة باستعدادها من مستشفيات ومصحات ودور العلاج لأنواع معينة من الأمراض، كأمراض الصدر والكبد والروماتيزم والأعصاب والحالات النفسية ...... ، في حلوان والمنصورة في مصر مثلاً.

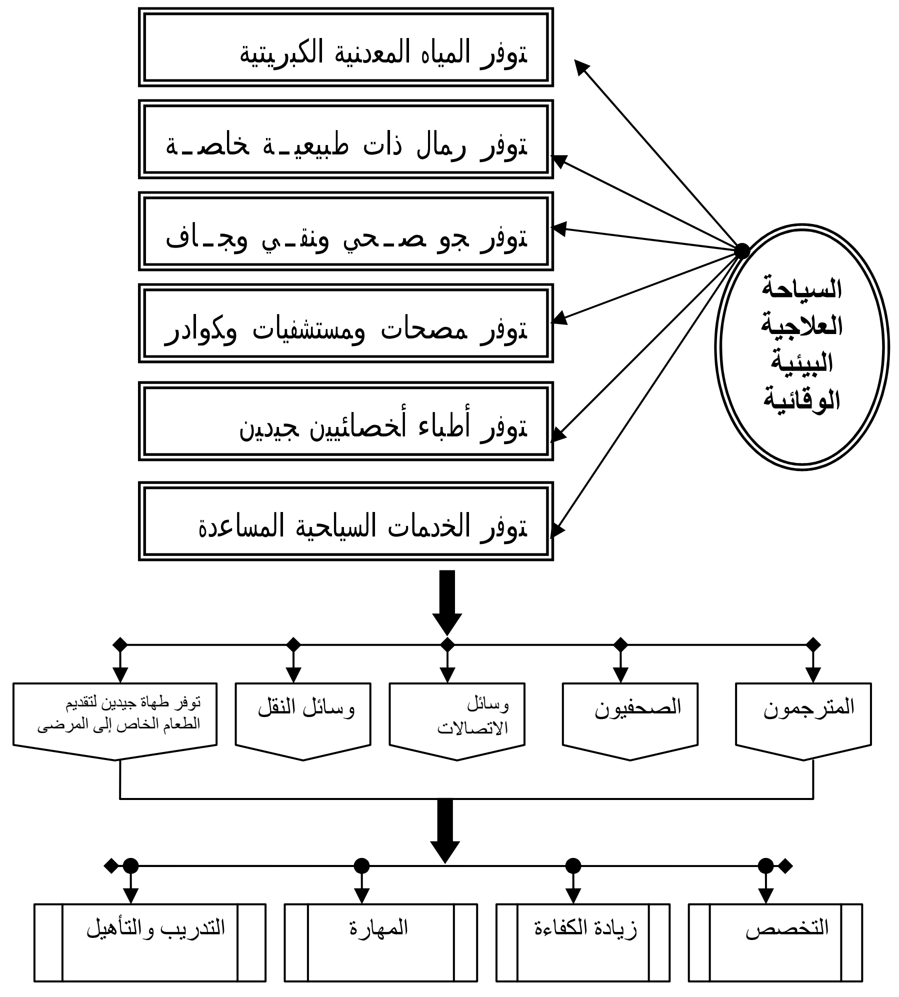
إن السياحة العلاجية تقوم على دمج واتحاد الإنسان مع الطبيعة البكر، سواءً بالاستمتاع أو بالانتماء إليها، أو باعتباره جزءاً منها، فاعلاً فيها، متأثراً بها، منسجماً مع متغيراتها، ومتوافقا مع ثوابتها.....

حيث يظهر الشكل التالي أهم جوانبها.



وهي سياحة متنوعة تشمل سياحة استعادة التوازن النفسي، والتكامل العاطفي، سواء بالبعد عن زحام المدن وصخب وضجيج وقلق الحياة فيها ، كما تشمل أيضاً ممارسة التفكير الوجداني، والسمو الروحاني، والتأمل الفكري، والانسجام العقلي، و(اليوجا) ، وممارسة الحياة السهلة، كما تشمل أيضاً العلاج بالبيئة الزراعية والبحرية ، وبالماء والينا بيع ، والأعشاب ، وممارسة الرياضة البدنية والذهنية ....الخ .

وأيضاً هذا النوع من السياحة يركّز على استخدام العناصر الطبيعية في العلاج والشفاء من الأمراض ويشمل ما يلي :



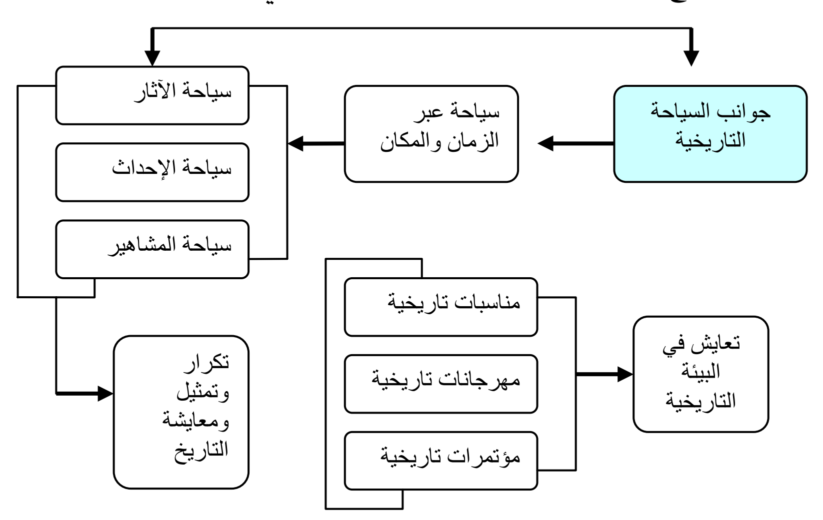
تساعد السياحة العلاجية على خلق انطباع إيجابي للسياحة خاصة بالنسبة للمرضى الذين تتم معالجتهم بصورة جيدة أو يشفون من أمراضهم عند قدومهم للعلاج وهذا بدوره يشجع على نجاح المنطقة وجعلها من مناطق الجذب السياحي المهمة محلياً أو عالمياً .

ويقول جان شار دونيه (Gin shardouniee) في كتابه (السياحة والأمة) "أن أصحاب الفنادق في فرنسا يعتبرون نفقات المستشفى تعادل نفقات سبع سائحين ".

٧- السياحة التاريخية :

السياحة التاريخية هي سياحة تربط بين المكان والزمان ، وتعد الآثار التاريخية عاملاً مهماً " في اجتذاب السياح لا سيما إذا توفرت قربها وسائل الراحة والترفية والأدلاء المدربون وغير وذلك من ضرورات المحافظة عليها وعلى راحة السياح الذين يئمونها " . وإن هذه المغريات التاريخية تنبعث جاذبيتها من كونها عناصر خالدة لا تموت ، بل إنها تتجدد بتغيير جلدها في صورة الحفريات ، التي لا تتوقف في كل مكان ذي خلفية تاريخية ، والتي يقوم بها الحفارون المتخصصون بهدف البحث عن أسرار التاريخ القديم "

هذا النوع من السياحة يوضحه الشكل التالي :



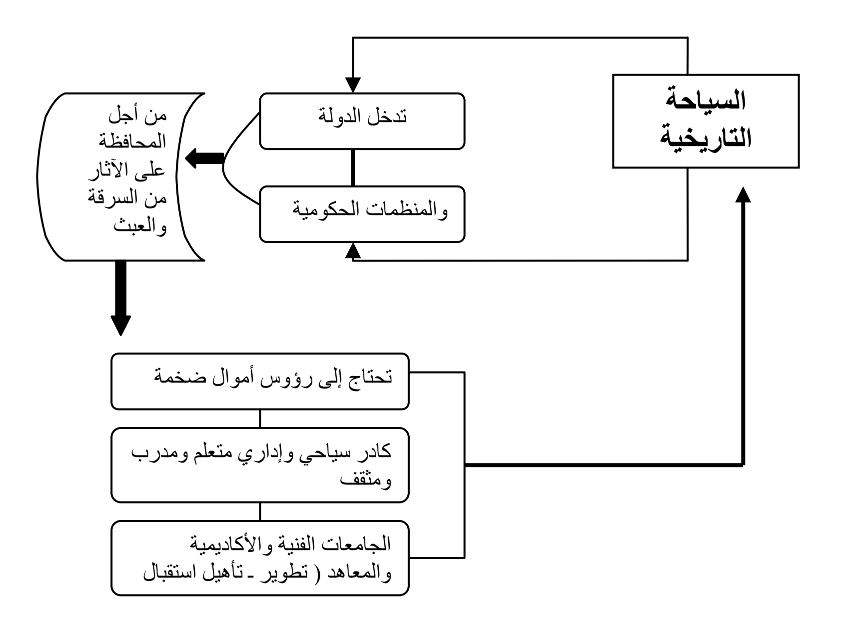
وتضم السياحة التاريخية العديد من البرامج السياحية التي تشمل ما يلي :

١ ـ سياحة الآثار والمعابد التاريخية، وهي سياحة متجددة .

٢ ـ سياحة الأماكن التي شهدت أحداثاً عالمية معينة . خاصة مناطق الحروب العالمية (مقابر العلمين) ، أو تلك المناطق التي شهدت أحداثاً عالمية أخرى مثل : مناطق اللقاءات التاريخية بين الزعماء ورؤساء الدول الكبرى خاصة المرتبطة بأحداث أو حوادث عالمية " فندق شبرد القاهرة " ولقاء تشرشل بالقادة الإنجليز في الحرب العالمية الثانية "

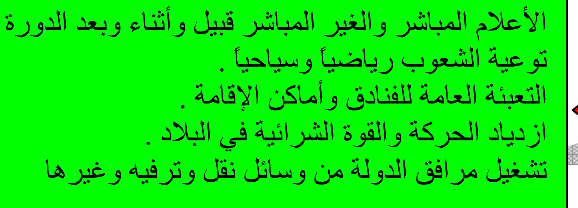
٣ ـ سياحة أماكن المشاهير (منازلهم ، أين ولدوا ؟، أين عاشوا ؟) خاصة هؤلاء الذين تركوا تراثاً فكرياً وأعمالا وروائع إنسانية، وأثروا الحضارة الإنسانية، مثل كبار القادة العالميين ، و الفلاسفة، وكبار الفنانين .... الخ . بل أن إحدى أهم رحلات السياحة التاريخية في مدينة سالزبورج النمساوية، زيارة منزل الموسيقار موزار، الذي يرتاده آلاف السائحين سنوياً فضلاً عن زيارة قصر ألعاب الماء.(Wiser Spieling) وغيرها .

هذا النوع من السياحة يستوجب تدخل الدولة والمنظمات الحكومية لتطويرها والمحافظة على الآثار من السرقة والعبث ولأنها تحتاج إلى استثمار رؤوس أموال ضخمة لتطوير هذه المناطق وكذلك تحتاج إلى كادر سياحي وإداري متعلم ومدرب ومثقف وتحتاج إلى تطوير الجامعات الفنية والأكاديمية والمعاهد لغرض تأهيل مثل هذا النوع من اليد العاملة المدربة والمؤهلة للاستقبال والخدمة .



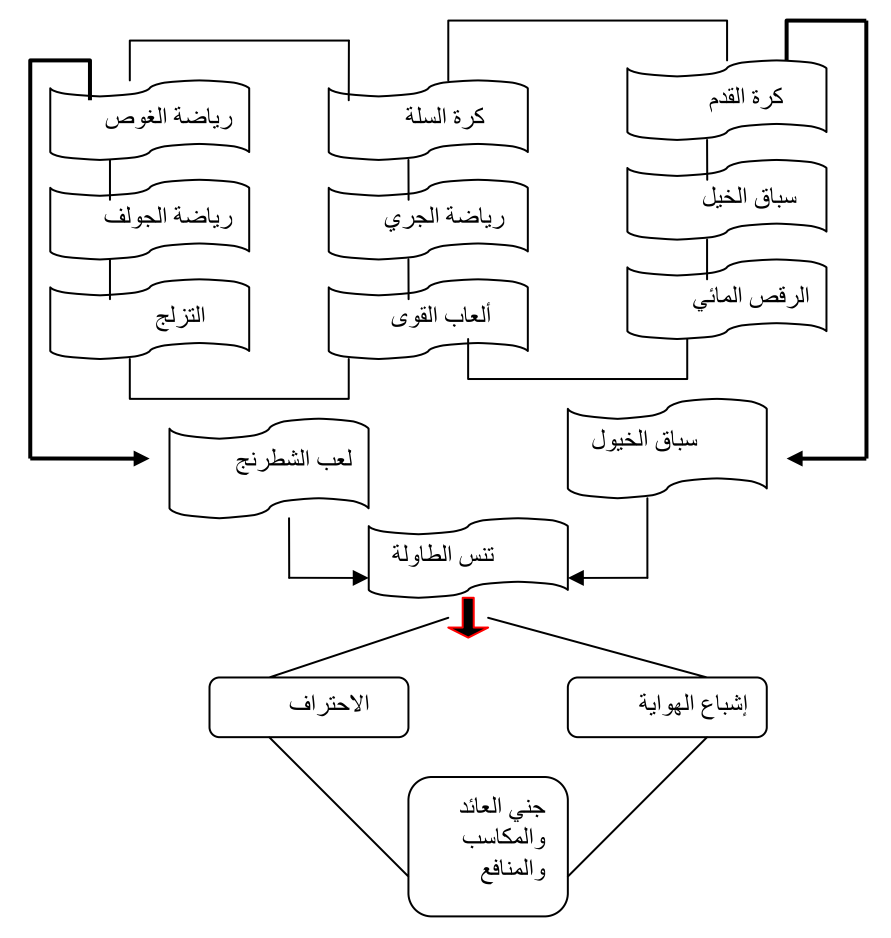
٨- السياحة الرياضية وممارسة الهوايات الرياضية :

تعد من أهم أنواع السياحة الأكثر استقطاباً للسائحين ، لما يحققه ذلك من فوائد من كافة النواحي الاقتصادية والاجتماعية والإعلامية وما إلى ذلك :



" هذا وقد اتجهت عدة شركات سياحة أمريكية لاستغلال هذا التيار بربط السياحة بالرياضة وتخصصت في إعداد برامج سياحية ترفيهية رياضية بأسعار خاصة مما يساعد على نشر حركة التخييم والمعسكرات في مختلف أنحاء العالم ، وجعلها من أهم سياحة الهوايات ، التي يظهر أهم جوانبها الشكل التالي :

جوانب السياحة الرياضية



فالسياحة الرياضية تقع ما بين ممارسة وإشباع الهواية من جهة ، والاحتراف من جهة أخرى ، وكلاهما مصدر لجني العائد والمكاسب والمنافع لكافة العاملين في مجال السياحة ، وكافة المتعاملين معها ومع السائح سواء، تم ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر.

وهي تقسم إلى قسمين رئيسين : أحدهما لممارسة الرياضة الهواية، والقسم الأخر لمشاهدة ومتابعة المسابقات الرياضية مثل :

- رياضة كرة القدم سواء في المسابقات المحلية أو سابقات كأس العالم .
- رياضة التنس (كرة المضرب) .
- رياضة كرة السلة
- رياضة الغوص ومتابعة الأحياء المائية .
- رياضة الجري والهرولة وقفز الحوافز المتتابعة ويضاف إليها رياضة السير والتنزه .
- رياضة الهوكي .
- رياضة السباحة ، والغطس والرقص الإيقاعي .
- رياضة الجمباز وألعاب القوى .
- رياضات التزلج على الجليد وعلى الماء ورمال الصحراء .
- سباقات الزوارق السريعة ،و سباقات اليخوت والقوارب ....

والآن أخذت الكثير من الدول تتنافس في إقامة مباريات كأس العالم أو دورة الألعاب الاولمبية العادية والشتوية أو أي مباريات أخرى وذلك للمكاسب والعوائد التي تحققها هذه المباريات الرياضية وكذلك عدد السواح المشاركين والدعاية التي تحصل عليها الدول . وهذا النوع من السياحة يتطلب إنشاء بنية تحتية وفوقية على مستوى عال من التقدم والتطور وتوفير وسائل الاتصالات وإقامة ممتازة على مختلف الأسعار .

❖- مزايا السياحة الرياضية :

- بأنها قد تمارس من أجل استعادة الصحة الحيوية للأفراد ، أو للسياح.

- كما قد تمارس من أجل إضفاء بعض الحيوية على البرنامج السياحي ذاته.

ومن ثم فإن إقامة ملاعب خضراء، و مساحات لرياضة الجولف على سبيل المثال، يساعد على تحسين البيئة، وخاصة في المناطق الصحراوية.

هذا وقد أثبت الدراسات أن رياضات الجولف والتزلج هي التي تحتل المقام الأول في مجال السياحة الرياضية ، فقد وصل عدد المقبلين على رياضة الجولف عام ٩٦٤، ثمانية ملايين من الأشخاص قاموا بممارستها لأكثر من خمس مرة سنوياً، وقد تزايد هذا العدد إلى أن وصل إلى (١٢، ٥) مليون من الرجال و(٣) ملايين من السيدات في الولايات المتحدة الأمريكية.

❖- برنامج السياحة الرياضية يحتاج إلى إعداد جيد من خلال ما يلي:

-اختيار التوقيت المناسب للمسابقة.

- حسن إعداد أماكن المسابقة وإعداد المشرفين المناسبين والحكام.

- حسن اختيار الأفراد الإداريين المناسبين.

- حسن تأمين المكان وتجهيزه جيداً، وخاصة أماكن الإيواء والإقامة والإعاشة

- حسن إعداد محلات والإعلام عن المسابقة بشكل جيد وفعال .

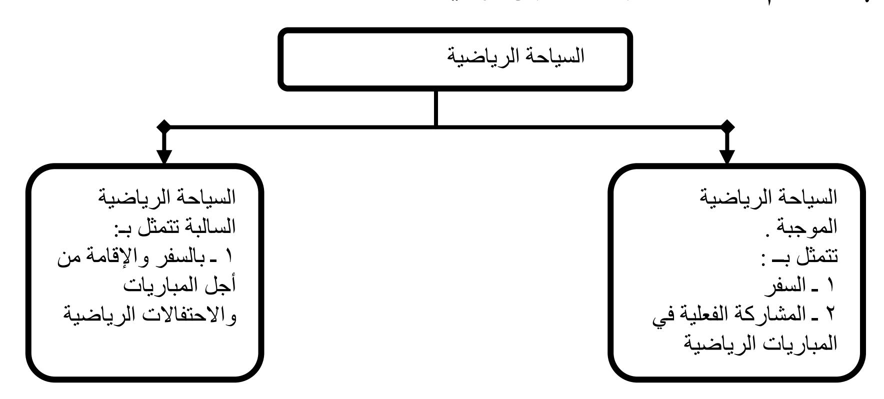
هذا وقد تزايد الاهتمام بالسياحة الرياضية في كثير من دول العالم لأنها:

- تعمل على تنشيط وزيادة حركة السياحة الوافدة.

- تنمية الحصيلة والموارد السياحية.

وبصفة خاصة عندما تنجح الدولة في تنظيم أولمبياد عالمية، وتدعو للمشاركة فيها فترسل أعداداً من كافة دول العالم من أفرادها ما بين مشارك، ومشاهد، وكاتب، وصحفي، ومتابع بالتحليل، ورجال الإعلام، ومسؤولين، وإداريين.

لهذه نقسم السياحة الرياضية إلى نوعين :

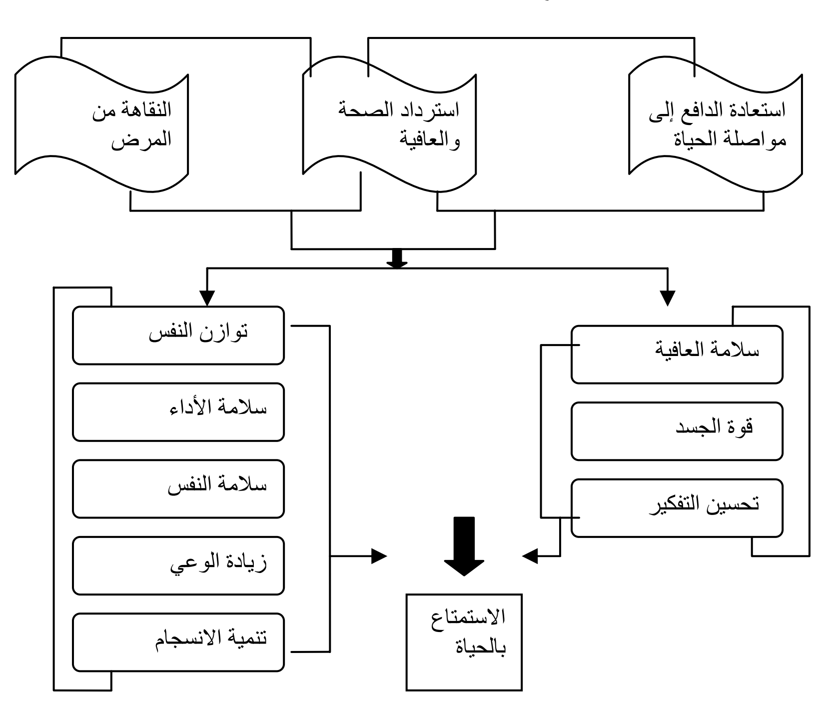


وعندما تستطيع السياحة الرياضية تحقيق الوجه السياحي لها ، عبر إشباع حاجات المشتركين ، تزرع عندهم حب التردد إلى الأماكن التي أقاموا فيها ، تكون قد حققت الرغبة في زيادة السياح إلى البلد الذي أقيمت فيه المباريات الرياضية .

٩- السياحة الصحية والنقاهة واستعادة الشباب :

ويطلق على هذا النوع سياحة الأمل ، واستعادة الحياة RECREATION وإن إعداد برنامج سياحي صحي خاص بها ، وهنا نحتاج إلى توضيح جوانب هذا النوع من السياحة ، والتي تمثل الكثير من الأنشطة التي يوضحها لنا الشكل التالي :

جوانب السياحة العلاجية



في هذا النوع من السياحة ، تزداد أعداد السائحين فيها ، خاصة القادمين من الدول الأوربية المتقدمة ، حيث يلاحظ ازدياد الدخل ، وازدياد معدل الأعمار ، وازدياد العزلة المترتبة عن الحياة العصرية ، وانفكاك الترابط الأسري .... ومن ثم فإن كثيراً ما يكون المرض ناجماً عن حالات الإحساس بالوحدة ، أو الاغتراب ، أو الانفصال ، أو بالاكتئاب ، أو العزلة ، أو بعدم الحاجة إليه ..... وبذا تكون السياحة العلاجية جيدة لمثل هذه الحالات ، والتي يطالب بها الأثرياء في سن معينة.

هذا وتعمل شركات السياحة على إيجاد برنامج سياحي من أجل تجديد الشباب واستعادة الصحة ، والارتقاء بالحيوية ...... ، وتشمل هذه السياحة العديد من أنشطة السياحة العلاجية ، **وأهمها ما يلي :**

١ - سياحة العلاج وإجراء العمليات والفحوص الطبية :

تتوقف مقومات هذا النوع من السياحة على ثلاثة عناصر رئيسية هي :

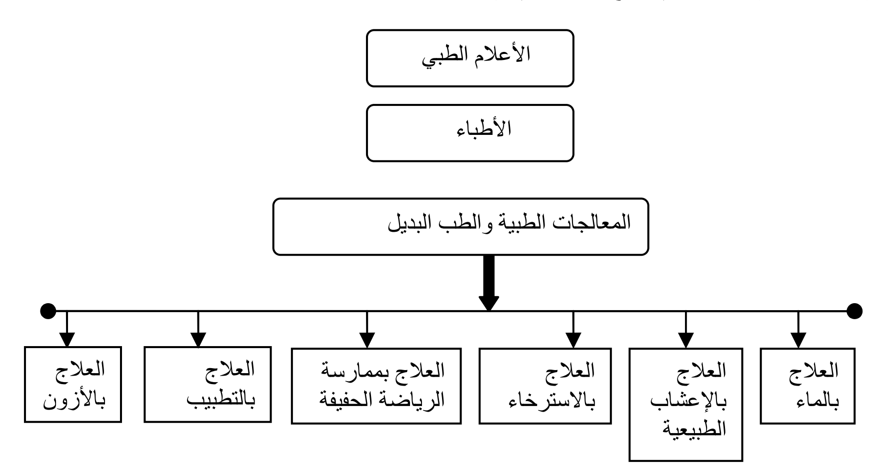
أطباء على درجة عالية من الكفاءة والسمعة الطبية .

طاقم من المساعدين الأكفاء الماهرين والمعاونين المخلصين .

مستشفيات على درجة عالية من التنظيم ، ومن حسن إدارة مجهزة بأفضل الأجهزة والمعدات الطبية .

ومن ثم يلقى السائح الطبي كامل الاهتمام والرعاية والعناية ....

ويحتاج هذا النوع من السياحة إلى استخدام الإعلام الطبي للإعلان عن الأطباء في مجال المعالجات الطبية والطب البديل:

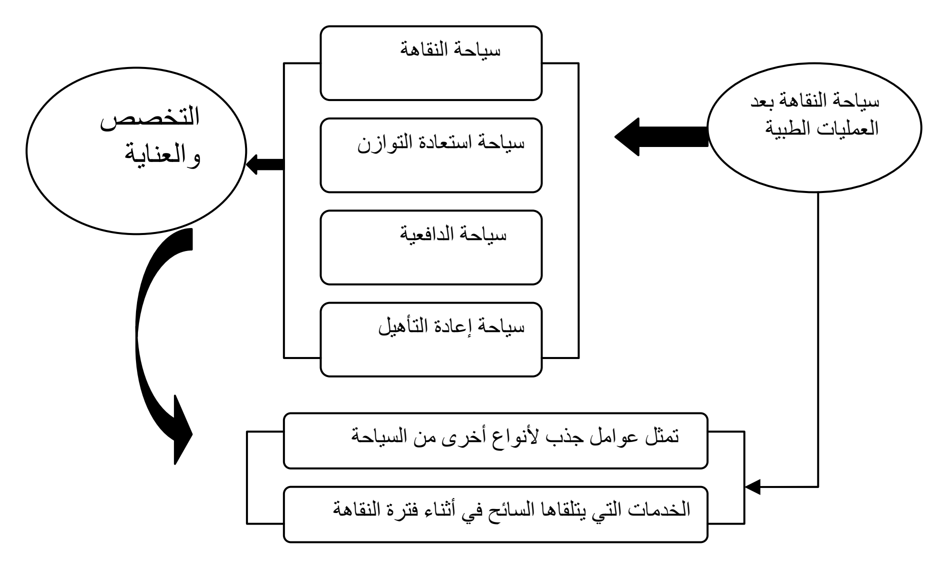


هذا ولا تقتصر السياحة الطبية على المعالجات الطبية السابق ذكرها ، بل تشمل أيضاً عمليات الجراحة أثناءها وبعدها .... وتشمل العمليات السياحة العلاجية الجراحية ما يلي :

- جراحات التجميل
- جراحات القلب المفتوح وجهاز الدوران
- جراحات الجهاز البولي
- جراحات الجهاز التنفسي
- جراحات العظام

٢ - سياحة النقاهة بعد العمليات الطبية :

وهي أهم أنواع السياحة التي يمكن أن تعطي عائداً ضخماً ، حيث تضم في داخلها العديد من برامج السياحة التي من أهمها.



٣ - سياحة استعادة الشباب والحيوية :

ولعل أهم مراكزها في العالم المصحات العالمية في كل من رومانيا وسويسرا ،وعلاجها الشهير الماء الثقيل هـ 3 H_3 وله علاجات طبية لاستعادة الشباب والحيوية ، وهي سياحة قائمة على برنامج منهجي لاستخدام القوى المعنوية والروح الداخلية INNER SOUL للإنسان في معالجة الإنسان ، وتوليد الدافع الداخلي لديه ، وبمساعدة خارجية محددة قائمة على الصحبة وعلى الإحساس بالرعاية والاهتمام ودفء المشاعر والصداقة .

٤ - سياحة الاسترخاء :

وهي سياحة قائمة على الراحة والهدوء والانسجام والابتعاد عن التوتر ، .وهي التي تضمنها المنتجعات ، خاصة المنتجعات الجبلية التي تطل على البحار، والبحيرات ، مثل منتجع (يالتا) الشهير "وتسخالطوبو" في روسيا ، ومنتجع مدينة "بتيشاتي" السلوفاكية، وكذلك منتجعات الأديرة والمزارع الملحقة بها.

٥ - سياحة إذكاء الرغبة في الحياة ، والتعايش مع المواقف المستجدة :

وهي لذلك الإنسان الذي تعرض لصدمات عنيفة ، أدت إلى فقدانه الرغبة في الحياة ، ومن ثم فإن السياحة البيئية تعد علاجاً مناسباً له ، حيث يرى كيف تتجدد الحياة الفطرية، وكيف تحافظ الطبيعة على توازناتها وكيف تعالج والاضطرابات

من أجل الاستمرارية والديمومة. ومن ثم فإن مهمة هذا البرنامج خلق دور يقوم السائح بممارسته في حياة جديدة وواقع جديد ، ومهام جديدة .

٦ - سياحة المعالجات النفسية و العاطفية :

وهي سياحة معالجة الصدمات العاطفية ، ومعالجة الضغوط النفسية ، والاضطرابات، والقلق ، ومن خلال المعايشة الهادئة في منتجعات بيئية سياحية ، تحت إشراف أخصائيين مدربين جيداً على فنون الممارسات النفسية والعاطفية .

٧ - سياحة الدفع والتحفيز :

وهي من أهم سياحات المديرين ورجال الأعمال ، وأصحاب المشروعات الخاصة .

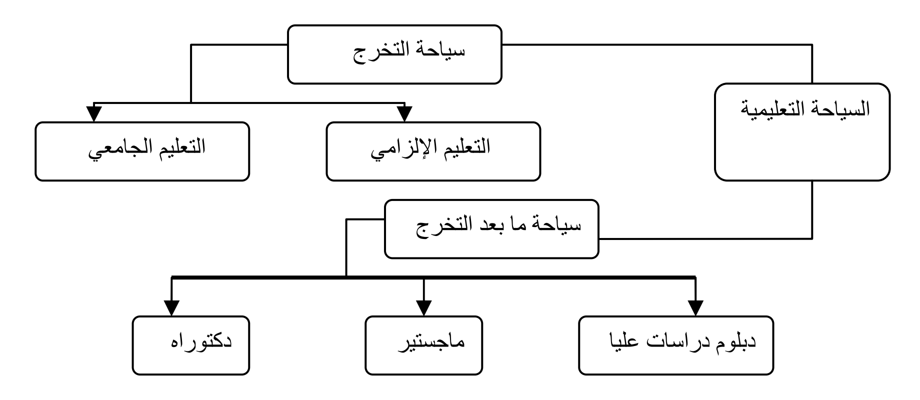
من أجل ذلك تكون السياحة الصحية والطبية من أنجح أنواع السياحة ، وهي سياحة تدر دخلاً وعائداً جيداً .

١٠- سياحة التعلم والتدريب:

وهذا النوع من الساحة تركز الآن عليه الدول المتقدمة علمياً وصناعياً وفكرياً وثقافياً وتكنولوجياً حيث تقوم هذه الدول بتشجيع السفر لغرض الدراسة في الجامعات أو المعاهد أو عقد ندوات أو دورات تعليمية أو تدريبية . مثل دورة في تعلم فن الطهي أو دراسة لغة معينة أو في مجال الحاسوب ، والانترنيت .....

أصبح التعلم وتلقي العلم ، واكتساب المعارف وجعل الخبرات من أهم المجالات السياحية النشطة التي تمارسها الدول المتقدمة في زيادة الدخل ، وتحسين موقف ميزان المدفوعات .

والشكل التالي يوضح جوانب السياحة التعليمية.

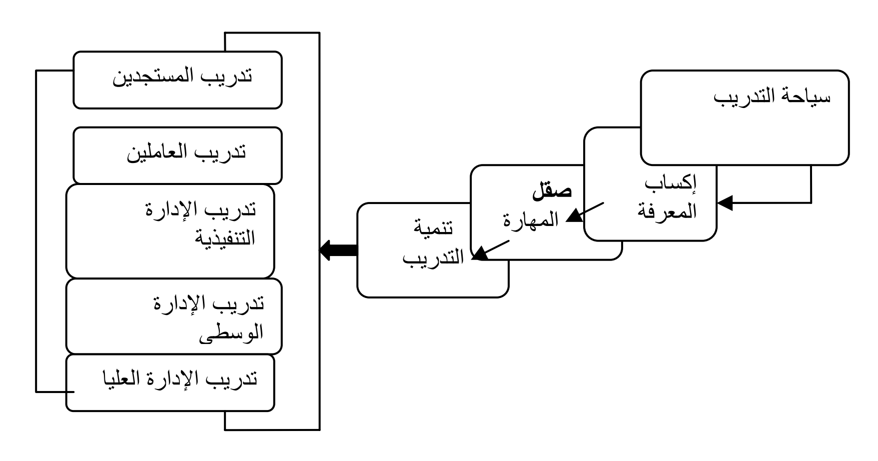


ومن ثم أصبحت عمليات التدريب والتعليم من أهم أنشطة السياحة ، وهي من أهم أنواع السياحة التي تشمل الأنواع الآتية :

النوع الأول : سياحة التعليم والصحة التي تبدأ من التعليم ما قبل الجامعي وكذلك التعليم الجامعي .

النوع الثاني : سياحة التعليم والصحة للدراسات العيا (دبلومات ...... ماجستير .. دكتوراه - دراسات ما بعد الدكتوراه)

والشكل التالي :



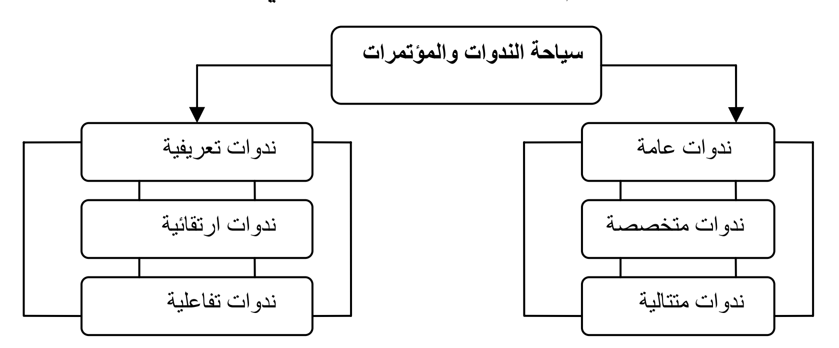
يتضح لنا من هذا الشكل الدور الرئيسي الذي تمارسه سياحة التدريب ، من خلال برامجها التدريبية المتنوعة ، خاصة المذكورة أعلاه.

١١- سياحة الندوات والمؤتمرات:

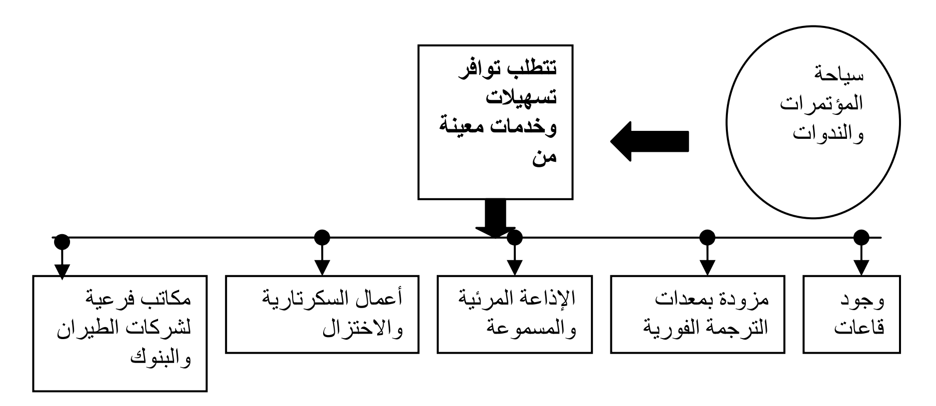
وهي السياحة التي تحدث من جراء اللقاءات التي تعقد لبحث قضية معينة أو مشكلة محددة ، وقد يكون الغرض منها رسم استراتيجية مستقبلية لمنظمة تضم أكثر من دولة .

وقد يكون موضوع البحث في المؤتمر سياسياً أو اقتصادياً أو علمياً أو اجتماعياً . كما وتتميز مواقع المؤتمرات بوجودها في المدن الكبرى أو المدن الاقليمية أو المدن السياحة.

ومن ثم أصبحت سياحة إقامة الندوات ، تنظيم المؤتمرات من أهم أنواع الأنشطة السياحية ، وتظهر أهم جوانبها في الشكل التالي :



وهذا النوع من السياحة يحتاج إلى تنظيم عالي الكفاءة ، ذي قدرة فعالة على الاتصال بالخبراء والمتخصصين ، ودعوتهم إليها ، كذلك تتطلب توافر تسهيلات وخدمات معينة من أهمها وجود قاعات ذات سعات مختلفة ، مزودة بمعدات الترجمة الفورية والإذاعة المرئية والمسموعة ، وأعمال السكرتارية والاختزال ووجود مكاتب فرعية لشركات الطيران والبنوك "



كما تبرز سياحة المؤتمرات بوصفها أحد العناصر الرئيسية في حركة السياحة العالمية في الوقت الحاضر، ولقد اتسع مجال سياحة المؤتمرات نتيجة للعوامل الآتية :

١ - تشابك العلاقات بين دول العالم نتيجة لثورة الاتصالات والمواصلات (الثورة التكنولوجية والمعلوماتية والرقمية) .

٢ - ازدياد صور التعاون الدولي في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية والفنية والرياضية والثقافية والسياحية .... الخ .

٣ - تزايد الحاجة إلى التقاء مجموعات من الأفراد والمتخصصين في المجالات المذكورة لدراسة الأمور المشتركة ومحاولة الوصول إلى أفضل تعاون

وتوجد أساسا عدة أنواع من المؤتمرات تختلف فيما بينها وتتنوع من حيث اهتماماتها ولكنها تنحصر عموماً في ما يلي :

١ . المؤتمرات السياسية (في نطاق المنظمات العالمية أو تحت رعاية الحكومات .. مثل: مؤتمرات الأمم المتحدة ومنظماتها .

٢. المؤتمرات واللقاءات والحلقات العلمية مثل المنتدى الاقتصادي الدولي .

٣. المؤتمرات الاقتصادية والتجارية (منظمات عالمية - اتحادات دولية) مثل البورصات السياحية .

٤. لقاءات دورية للشركات الكبرى أو مجموعات الشركات .

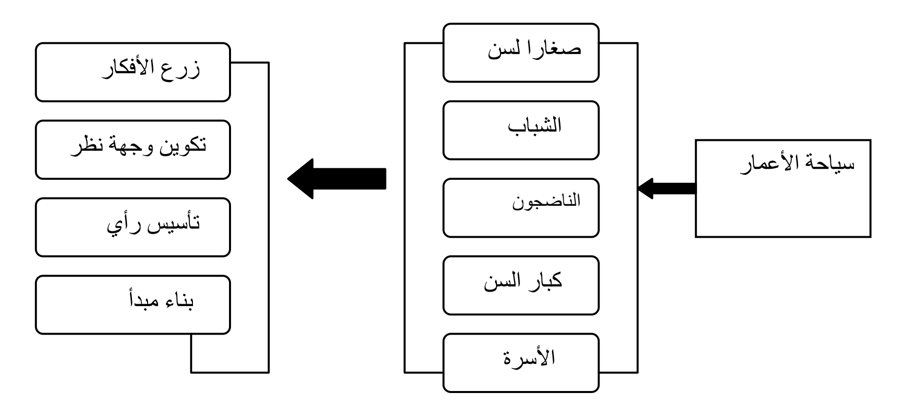
٥. مؤتمرات الاتحادات النوعية (اتحادات رياضية - اتحادات عمالية -اتحادات مهنية) .

ومن مميزات سياحة المؤتمرات أنها " تجتذب نوعية عالية المستوى من الناحية الثقافية والاقتصادية ويتمتع هؤلاء بقدرة عالية على الإنفاق ، وكثيراً ما يكررون زيادة المقصد السياحي الذي استضافتهم "

ولهذا النوع من السياحة جوانب إيجابية ، حيث أنه في معظم المؤتمرات التي تعقد ينتج عنها حل لبعض المشاكل العالقة بين الدول ، ما يساعد في تخفيف التوتر بين الشعوب وينشط سبل اللقاء ، وبالتالي الحركة السياحة .

١٢- سياحة الأعمار :

إن لعمر السائح تأثير كبير على النشاط السياحي فانتقال السائح من مرحلة عمرية معينة إلى مرحلة أخرى يؤثر في سلوكه السياحي والشكل التالي يوضح لنا جوانب سياحة الأعمار :



يتضح لنا من هذا الشكل أهمية هذا النوع من السياحة ، خاصة في تشكيل الوعي والادارك على زرع الأفكار ، وتكوين وجهات النظر ، وتأسيس الرأي المحابي والمؤيد لصحة وسلامة البيئة السياحية.... ويضم هذا النوع من السياحة الأنواع الآتية :

١ - سياحة صغار السن من / ٧ ـ ١٤ / سنة وترتبط بالأطفال ، وهي مرحلة تعليمية يتمكن خلالها الأطفال من اكتساب معارف ومهارات وسلوكيات معينة ، ونشر ثقافة الصحة ، والالتزام ، والسلوك البيئي الجيد .....

وتمتاز البرامج السياحة الموجهة لهذه الشريحة العمرية باعتمادها أساس زرع السلوك القويم ، وتحقق التنشئة السليمة ......

٢ - سياحة الشباب (من ١٥ ـ ٢٤) سنة يقوم بها الشباب كطلاب المدارس والمعاهد و الجامعات . تأخذ غالباً الطابع الإنساني الاجتماعي ا لحياتي البيئي .

٣ - سياحة الناضجين (من ٢٥ ـ ٥٥) سنة وهي سياحة الاسترخاء والمتعة والهروب من جو العمل الروتيني والإرهاق الذي يسببه العمل ويغلب طابع الراحة والاستجمام والترفية على هذا النوع من السياحة الشبابية .

وهي من أهم مجالات السياحة ، خاصة السياحة التي تضم الصفوة والنخبة والنشطاء في مجالات مكافحة التلوث البيئي وفي تحقيق الصحة البيئية .

٤ - سياحة المتقاعدين (سياحة كبار السن من ٥٥ فأكثر) :

وهي سياحة يكوّن فيها عاملا " الراحة " ،"و الهدوء " الجانب الأكبر من البرنامج السياحي ، ويَراعى في تصميم البرنامج السياحي لهذه الفئة العمرية إعطاء فترات أطول للتأمل ، وممارسة التفكير الحر ، خاصة في المنتجع ا المناسب ECO-RESORT وفي الفندق المناسب .

ECO- LODGE ، كما ويتم عادة في المناطق شبه المنعزلة أو شبه المغلقة ، مثل الأديرة القديمة أو الحديثة ، والأماكن الدينية ، والمنتجعات الهادئة للاستجمام والراحة والاعتكاف .

ويخضع السائح في هذه المرحلة إلى ممارسات (الطب البديل) و (العلاج الطبيعي)

وبعض الرياضات البدنية لتقوية الجسم ...

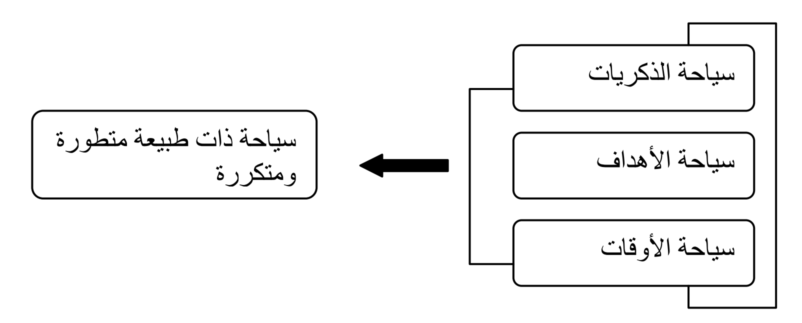
٥ - سياحة العائلة أو الأسرة :

التي تضم العديد من الأفراد باختلاف أعمارهم ، مثل الأب ، والابن ، والحفيد ، إلى جانب الزوجات ، والأخوة والأقارب .....

وغالباً يراعى في هذا النوع من السياحة ، المحافظة على بقاء العلاقات بين الأسر والأفراد عبر تبادل الزيارات بين الأصدقاء والمعارف والأقرباء في الأفراح والأتراح والمناسبات من أعياد وغيرها.... الخ .

١٣ـ سياحة المناسبات الشخصية:

وتقوم على الاحتفال بمناسبات أو أعياد ذات طابع ديني أو فني أو فلكلوري ،وهي سياحة مركبة ومزدوجة فهي تعتمد على كل من المناسبات الشخصية ، والذكريات الشخصية ..... والشكل التالي يوضح لنا أهم جوانب سياحة المناسبات:

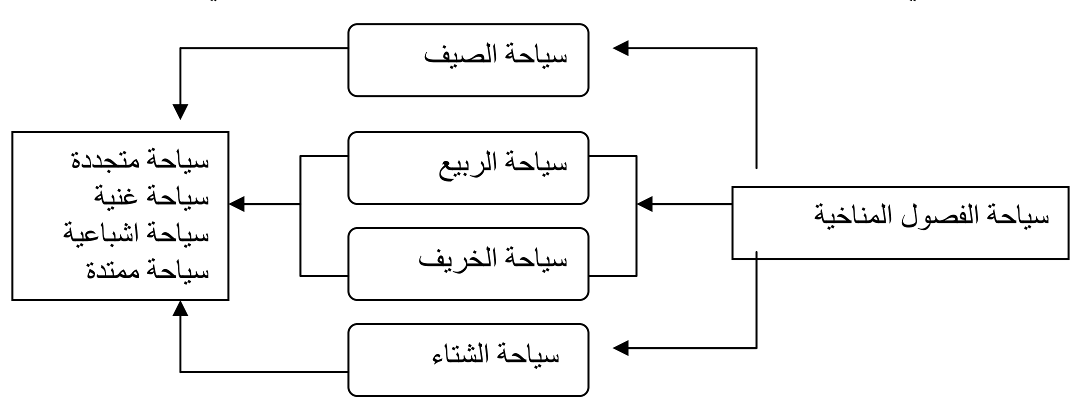


وأهم أنواع برامج سياحة المناسبات الشخصية ما يلي :

- سياحة أيام الخطوبة والتعارف الأقارب
- سياحة الزواج وقضاء شهر العسل
- سياحة المناسبات الأخرى كأعياد الميلاد وغيرها .

١٤ـ سياحة المواسم والفصول المناخية

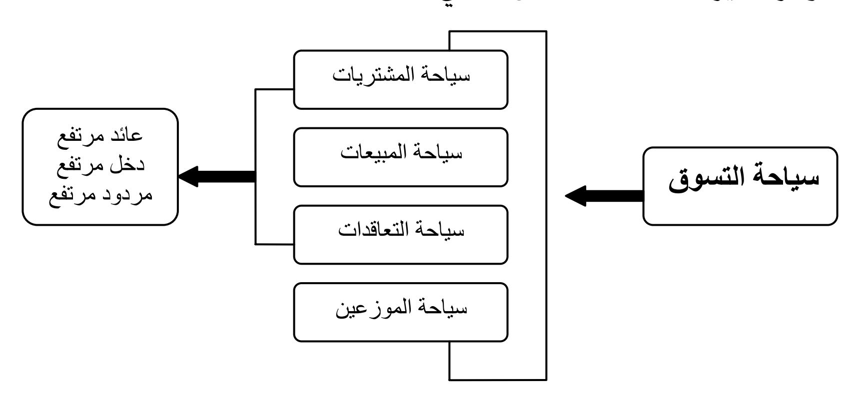
وهي سياحات قضاء وقت الفراغ ، وهذا ما يوضحه الشكل التالي :



وتستعمل عادة الخرائط السياحية في إعداد البرامج السياحية اعتماداً على المبدأ العام (صنع الإجازة Holding making) ومن ثم يمثل البرنامج السياحي وقتاً لقضاء أوقات الفراغ ، التي تختلف باختلاف فصولة السنة .

١٤ - سياحة التسوق :

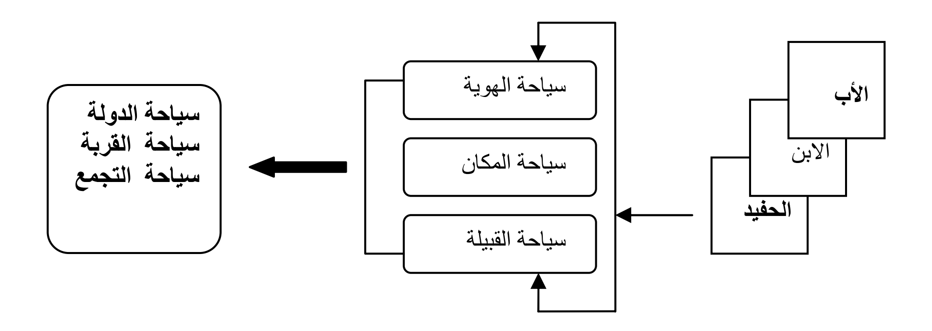
تبغي سياحة التسوق جلب المستهلكين إلى أسواق معينة بهدف الشراء، وقد تخصص شهوراً معينة في السنة لهذا الغرض، ويعد هذا النوع من السياحة نوعاً حديثاً، وهو ما يوضحه لنا الشكل التالي :



وتعد مهرجانات التسوق والاوكازيونات ومواسم البيع والشراء أكثر المجالات استخداماً في سياحة التسوق ، وقد تكون مناطق التسوق جزءاً من المجتمع .

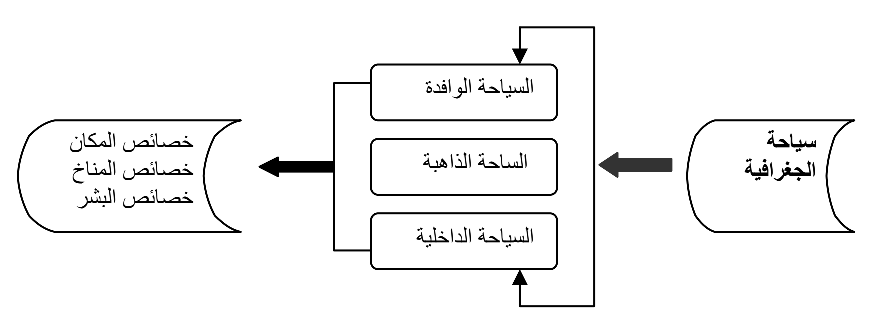
١٥- سياحة الجذور والحنين للوطن :

وهي اندفاع الإنسان لزيارة وطنه الأصلي أو جذوره العرقية ، أو ألاماكن التي نشأ أو عمل أو درس أو حارب فيها ، وهي من دوافع السفر الهامة في مجال السياحة. والشكل التالي يوضح أهم جوانب سياحة الجذور :



١٦- سياحة الجغرافية :

ووفقاً لهذا النوع من السياحة ، يتم النظر إلى مصدر قدوم السياح ، خاصة وأن لكل منطقة جغرافية يرد منها السائح ، تأثيراً على كل من سلوكه ، وتفضيلاته، وعلى طريقة إشباع احتياجاته ورغباته، وكذلك على فترة إقامته، وما تحتاج إليه من خدمات في أثناء هذه الإقامة ...والشكل التالي يوضح أهم جوانب السياحة وفقاً للاتجاه الجغرافي .



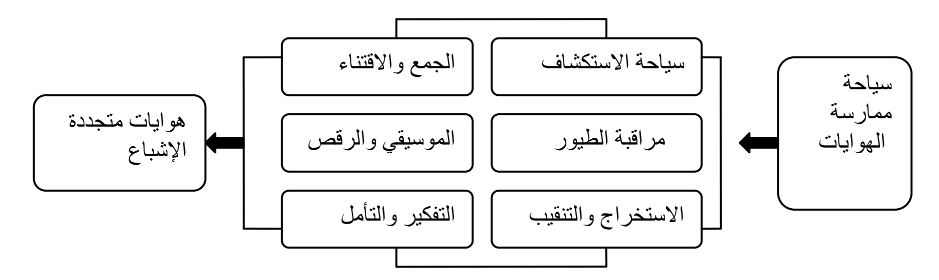
١ - السياحة الوافدة IN Coming Tourism وهي السياحة التي ترد من الخارج .

٢ - السياحة الذاهبة OUT GOING TOURISM وهي السياحة المتدفقة إلى الخارج من الداخل الوطني .

٣ ـ السياحة الداخلية LOCAL & INTERNAL وهي السياحة من الداخل إلى الداخل .

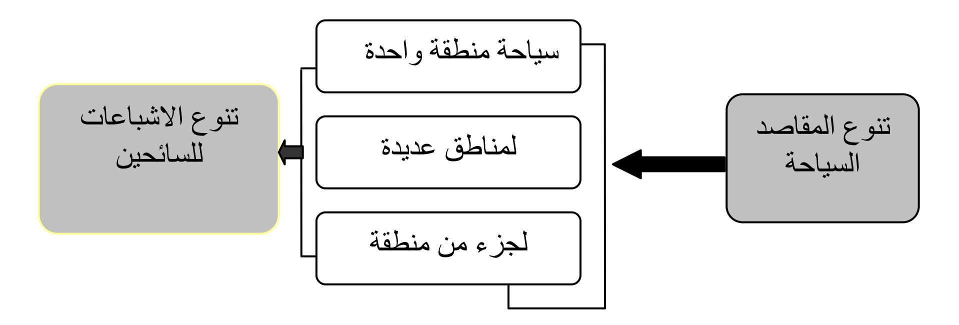
١٧ـ سياحة ممارسة الهوايات :

وتضم سياحة ممارسة الهوايات العديد من أنماط السياحة التي يظهرها لنا الشكل التالي :



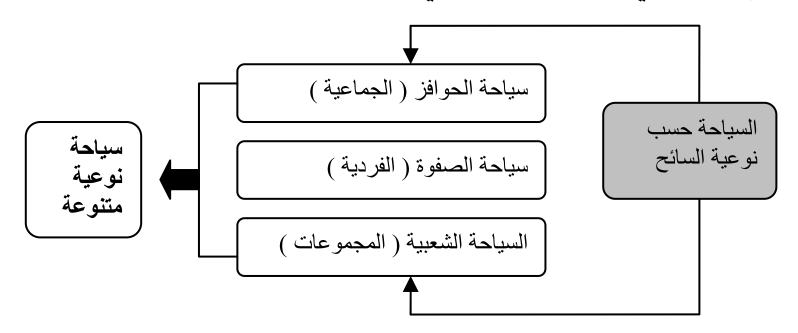
١٨ـ سياحة تنوع المقاصد السياحية :

يختلف كل مقصد سياحي عن الآخر ، ولكل منها خصائصه ومواصفاته ، ولكل منها مذاقه الخاص ، ولكل منها طبيعته التي يتصف بها ، وتختلف معالم المكان ، وطبوغرافية المنطقة ، "مناخ ،ظروف ، إمكانيات ، وموارد متوفرة ....هضاب ، جبال ، سهول، منخفضات ، محيطات ، بحار ، بحيرات ، أنهار ، غابات ، أقاليم سافانا أعشاب ، صحراء ، ضواحي ، مدن ، مناطق منعزلة ، واحات ،"............



١٩ـ السياحة حسب نوعية السائح :

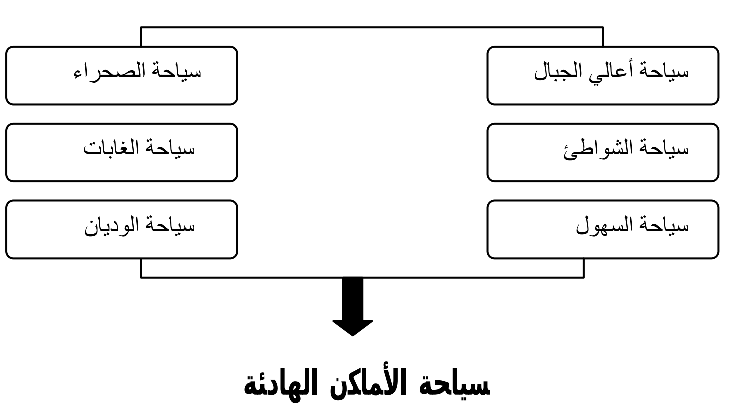
يختلف البرنامج السياحي البيئي باختلاف نوعية السياح ، وباختلاف رغباتهم واحتياجاتهم وقدراتهم وإمكانياتهم السياحة التي يتعين أخذها في الاعتبار عند تصميم البرنامج السياحي ، والشكل التالي يظهر لنا أهم هذه العوامل والعناصر :



٢٠ ـ السياحة حسب المنطقة الجغرافية :

وهي سياحة ترتبط بالمكان الجغرافي وبمعالم هذا المكان ، وتضاريس هذا المكان ، ويختلف البرنامج باختلاف المناطق السياحية مثل :

السياحة حسب المنطقة



سياحة الأماكن الهادئة

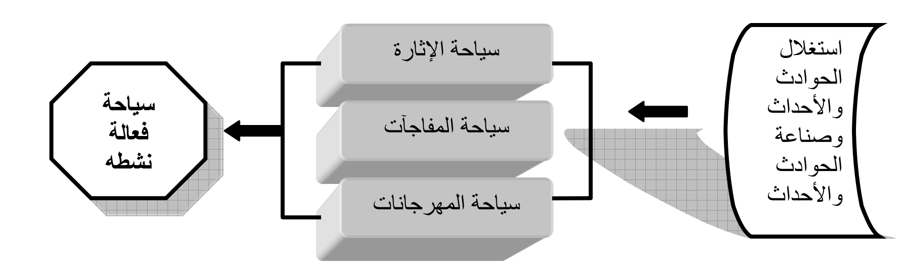
الصحيحة والسليمة بيئياً

(المنتجعات)

٢١- سياحة الأحداث والحوادث :

حيث تهتم شركات السياحة اهتماما كبيراً بالحوادث والأحداث EVENTS ، حيث تساعد على جذب عدد من المهتمين إلى المقصد السياحي ، وهو ما يظهره لنا الشكل التالي :

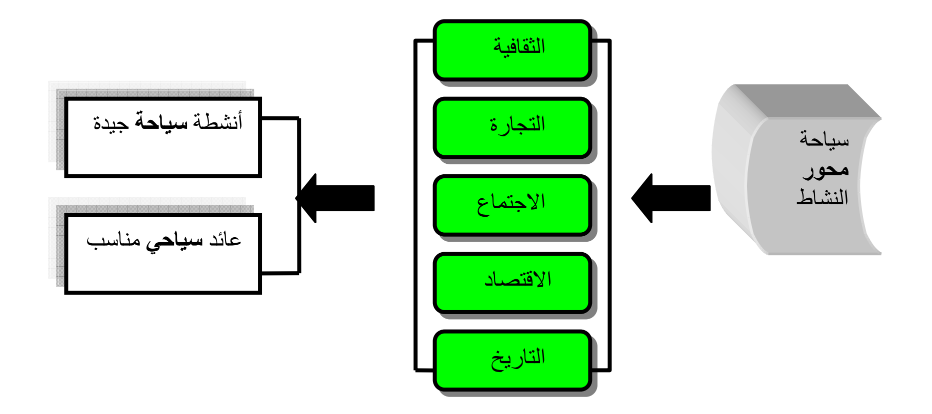
سياحة الأحداث والحوادث



وهي سياحة قائمة على عنصر التشويق في البرنامج السياحي ، وتعتمد على وجود حوادث متكررة ومتنوعة ، يتم إدخالها في برنامج سياحي .

٢٢. سياحة محور النشاط :

تصنَّف السياحة حسب محور النشاط :



١ ـ **سياحة ثقافية** : حيث تعمل هذه السياحة (على زيادة معلومات السائح وإشباع حاجته من الناحية الثقافية) ،عبر (إقامة الندوات والدورات الثقافية

والمعارض الخاصة والمسابقات الثقافية ، مثل مسابقات الشعر والمسرح والمقالة و الموسيقى والفن) .

وتتشكل ثقافة شعب معين (من مجموعة المعتقدات والقيم والعادات والسلوكيات ، وأسلوب الحياة والنقاش والعلاقات الإنسانية في مجتمع معين ، وكل بلد له ثقافته التي ينفرد بها وأخلاقياته وأذواقه التي يجب أن يحرص عليها ، وغالباً ما تتمثل ثقافة المجتمع في المهرجانات والفنون والموسيقى والرقصات الشعبية والصناعات اليدوية والملابس والأزياء الوطنية) .

٢ ـ **سياحة تجارية** : وهي سياحة تجمع ما بين أطراف الصفقات التجارية الضخمة ، وبين الذين يرغبون في تناول كافة التفاصيل الدقيقة .

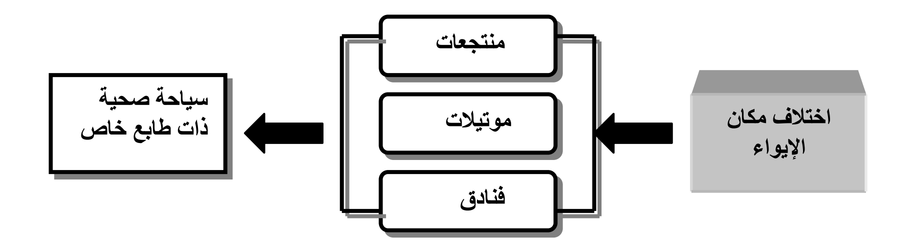
٣ ـ **سياحة اجتماعية** : وهي سياحة الاختلاط والتعارف عن قرب بين البشر.

٤ ـ **سياحة اقتصادية** : وهي سياحة تتصف بانخفاض التكلفة ، وأنها موجهة لأصحاب الدخل المتوسط .

٥ - **سياحة تاريخية** : وهي سياحة تدور حول الآثار التاريخية وحول الأماكن التاريخية .

٢٣ ـ سياحة حسب مكان الإيواء والإقامة :

حيث يقوم عنصر الإيواء والإقامة بدور هام في جذب السائح وكلما كان (المكان) سليماً وصحياً ، كان المقصد السياحي فعالاً ، وتزداد فاعلية المقصد كلما كان مكان الإقامة جميلاً ، وكان قادراً على إرضاء وإشباع احتياجات السائح ، وهو ما يظهر لنا الشكل التالي :



حيث يقوم مكان الإقامة أو الإيواء بدور هام في تحديد مذاق طعم ورائحة وشكل وصورة إقامة السائح ، ومدى إحساسه بالطبيعة والبيئة المحيطة به ، ودفعه إلى التعاقد على برنامج معين ، والى الذهاب إلى مكان معين مثل :

سياحة منتجعات : تقوم على منتجع ريفي أو جبلي أو ساحلي في مكان هادئ جميل ، هادئ لا يوجد فيه ضجيج أو إزعاج ، واحتواء المكان على عجائب المخلوقات ، وعلى معالم طبيعية ... وبيئة غير ملوثة .....

سياحة موتيلات ومعسكرات : وهي سياحة اقتصادية ، تقوم على الشباب ومتوسطي العمر والدخل ، وهي تسمح بقضاء أجازات الصيف والشتاء ، وكما تسمح بسياحة المجموعات صغيرة العدد ، وهي سياحة يمكن أن تتحول إلى سياحة جيدة ، وفعالة .

ومن خلال هذه المعسكرات ، يتم زيادة المعلومات عن الصحة البيئية ، ويساعد الموتيل على إجراء عمليات (التثقيف البيئي) وعلى ممارسة عمليات التعليم والتعلم للمجموعات الشبابية .

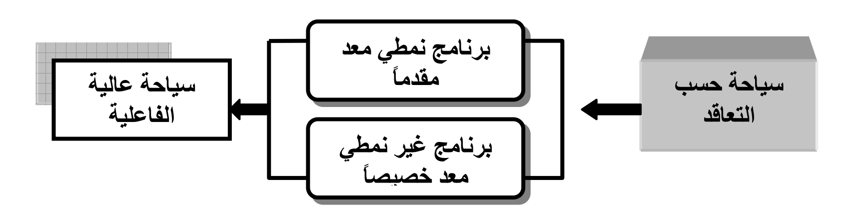
سياحة فنادق ثابتة أو عائمة :

وهي سياحة الأثرياء ، الذين يرغبون بمزيد من الفخامة ولا يميلون إلى الضخامة والتمتع بالخدمات ذات التكلفة المرتفعة ، حيث يكون الفندق السياحي صغير الحجم ، ولا يستقبل إلاّ عدداً محدوداً جدا من النزلاء ، ويبالغ إلى حد بعيد في تقديم الخدمات السياحية الارتقائية للسائح ، الذي يشعر أنه انتقل إلى الجنة ، وأن الجميع في خدمته ويعملون على راحته ، وأنهم يعملون على استعادته حيويته وقوته وصحته ، من خلال تحقيق ما يلي :

- زيادة التوحد مع الكون
- تنمية إحساسه بالطبيعة .
- توافقه واتساقه مع التوازن الطبيعي .

٢٤ - حسب طبيعة البرنامج السياحي :

وهنا يمكننا التمييز ما بين سياحة نمطية رخيصة الثمن نسبياً نظراً لتحديدها مقدماً ، وتعتمد برامجها على المجموعات كبيرة العدد نسبياً ، أو ما بين البرامج السياحية غير النمطية ، التي تقدم إلى الصفوة من الأثرياء ، وفقاً لمواصفات يحددها السائح الذي تعاقد عليها ، وبتكاليف مرتفعة



٢٥- حسب مدة البرنامج السياحي :

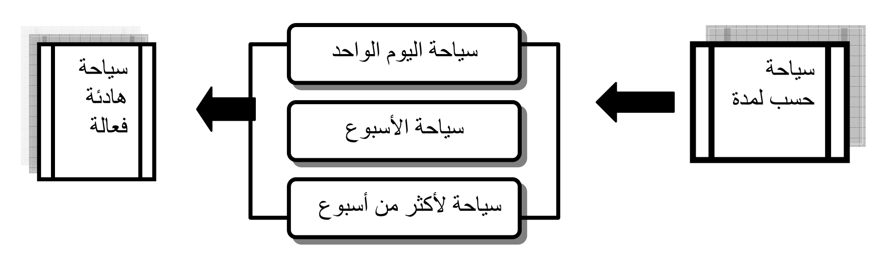
وتختلف البرامج السياحية ومحتوياتها وفقاً للمدة الزمنية ، التي يقضها السائح في البرنامج ، وهي تضم البرامج الآتية :

١ - سياحة اليوم الواحد : وهي غالباً ما تكون مخصصة لسياح الترانزيت أو (السياحة العابرة) والتي يمضيها هذا السائح قريباً من مكان مغادرته ، وهي سياحة تعتمد على التشويق والاستمتاع بلحظات الترقب الطبيعي للحدث الذي من أجله أتى السائح إلى المقصد السياحي .

٢ - سياحة برامج الأسبوع : وهو ما يقضيه السائح من أجل الراحة والابتعاد عن التوتر والقلق ، والاسترخاء والاستمتاع بالهدوء الذي يوفره المقصد السياحي ، والاستمتاع بنقاء الهواء وعدم الإزعاج والسكون الذي يتيحه المقصد السياحي ، بعيداً عن ضجيج المدن ....

٣ - سياحة برامج الأكثر من الأسبوع : وهو برنامج مخصص عادة لكبار السن، وهؤلاء الذين يحتاجون إلى النقاهة ، ومزيد من الانسجام وكذا من متابعة الحياة البرية ومشاهدة مواردها الحية .

ويغلب عليها التوجيه للمواقع الثقافية والطبيعية مع خدمات مبيت رخيصة في بيوت تقدمها الجامعات أثناء العطل ، أو تكون ضمن برامج وظيفية لحماية البيئة ، مع مراعاة تامين العناية الصحية خلال رحلة المسنين والكهول وما يناسبهم من تسهيلات أخرى . (وهي غير مأوى العجزة) .

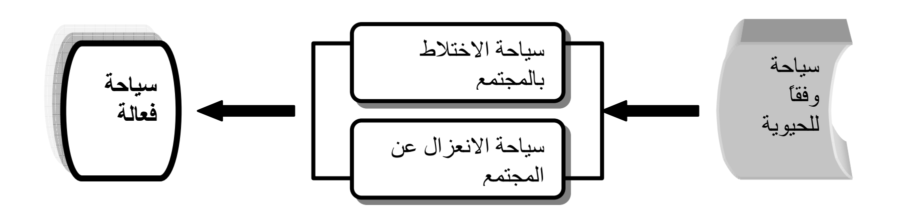


٢٦ - حسب حيوية البرنامج :

كثيراً ما يعتمد البرنامج السياحي على الاختلاف بين البشر ، وإحداث التأثير والتأثير فيما بينهم ، وبالتالي يمكن تقسيمه إلى قسمين رئيسيين هما :

١ - سياحة الاختلاط بالجماهير ، ومعايشة مواطني المقصد السياحي عن قرب (سياحة الدفء ، وهو ما تحرص على تنميته السياحة المحلية والثقافية من زيادة ارتباط السائح بالمكان والسكان المحليين ، وازدياد اقترابه منهم ، بل معايشته لهم، وتعرفه على عاداتهم وسلوكياتهم ، وهيكل القيم والمبادئ الذي يعيشون فيه.

٢ - سياحة عدم الاختلاط والخصوصية المنعزلة عن الجماهير الوطنية ، والابتعاد عنهم (سياحة الخصوصية) .



٢٧- سياحة وسيلة النقل المستخدمة :

حيث تستخدم في السياحة والنقل وسائل عديدة ، يتم أعداد برامج سياحية خاصة بها ممثلة في :

١ - **سياحة السير على الأقدام** : وهي سياحة فعالة من أجل التمتع بجمال وهدوء المقصد السياحي ، وممارسة نوع من الرياضة البدنية الجبلية ، وتستخدم سياحة السير على الأقدام في كل من المعسكرات الشاطئية والجبلية ، وكذا في الغابات ، والمناطق الريفية ، وهي سياحة يمارسها كافة السياح من اجل استعادة الحيوية ، والإحساس بالمشاركة مع الآخرين ، وزيادة الالفة بينهم

٢ - **سياحة الدراجات** : ويستخدم هذا النوع من السياحة في بعض الدول الأوربية مثل ألمانيا ، النمسا .... الخ . وهي سياحة متنوعة ، حيث يكون هناك أنواع عديدة من الدراجات ، مصممه لفرد واحد أو لإثنين ، أو لثلاثة ، كما هناك الدرجات الحاملة للركاب والحقائب (التريسيكل)وهناك الدراجة التاكسي التي تستخدم لتوصيل السياح من مكان إلى آخر (الريكشوا) .

٣ - **سياحة السيارات** : حيث تستخدم سيارات غير ملوثة للبيئة (بدون عادم ، بدون صوت ، بدون خوف)، مثل السيارات الكهربائية، والسيارات التي تعمل على الهيدروجين، أو التي تعمل بضوء الشمس، أو الطاقة الذاتية .

٤ - **سياحة الطائرات** : سواء كانت طائرات شراعية، أو طائرات تعمل بالطاقة الشمسية أو طائرات تعمل بالقوة الذاتية الدافعة، أو بمحركات قليلة الاستهلاك للطاقة، ولا تحدث ضوضاء مرتفعة .

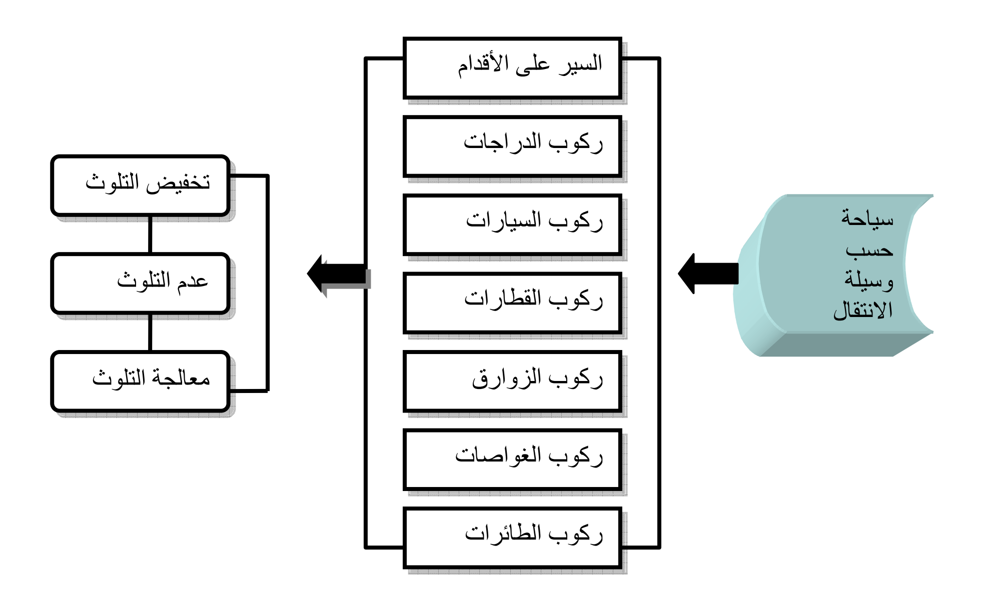
سياحة الطائرات بحد ذاتها استجمام لبعض أنواع السياح لما تتيحه للمرء من خلالها من مشاهدة مناظر أرضية متنوعة في أجواء الصحو ولما يشاهده أيضاً من ظواهر جوية أثناء الطيران ممثلة في أنواع مختلفة من السحب ....

٥ ـ **سياحة الأتوبيسات** : وهي أتوبيسات للمجموعات صغيرة الحجم ، ذات مواصفات خاصة، تتعلق بالتصميم أو بأنظمة التشغيل، أو بأدائها الوظيفي، وتساعد على حماية البيئة وبالتالي فإنه لا ينتج عنها أي شكل من أشكال التلوث .

٦ - **سياحة القطارات** : القطارات كوسيلة نقل متميزة في تكونها ونمط سيرها تشد فئة من المسافرين لاستخدامها في السفر السياحي، وخاصة القطارات ذات الطابع التاريخي فهي تتيح فرصة المشاهدة والتنقل داخل القطار والتعارف مع الآخرين، كما أن السياحة بالقطارات وخاصة الحديثة الكهربائية منها تؤمن الراحة والحفاظ على البيئة، بالإضافة إلى أن وسائل الراحة الأخرى من نوم ومطاعم وبارات ومغاسل ومراحيض وخدمات الهاتف والتلكس والتلفزيون وحتى الكتابة على المنضدة متاحة للراكب .... الخ . والاستمتاع بالطبيعة .... ، مثل قطار راجستان في الهند أو قطار الشرق السريع (اكسبريس) من أوربا للشرق، أو قطار عبر سيبيريا وقطارات عديدة في الولايات المتحدة.

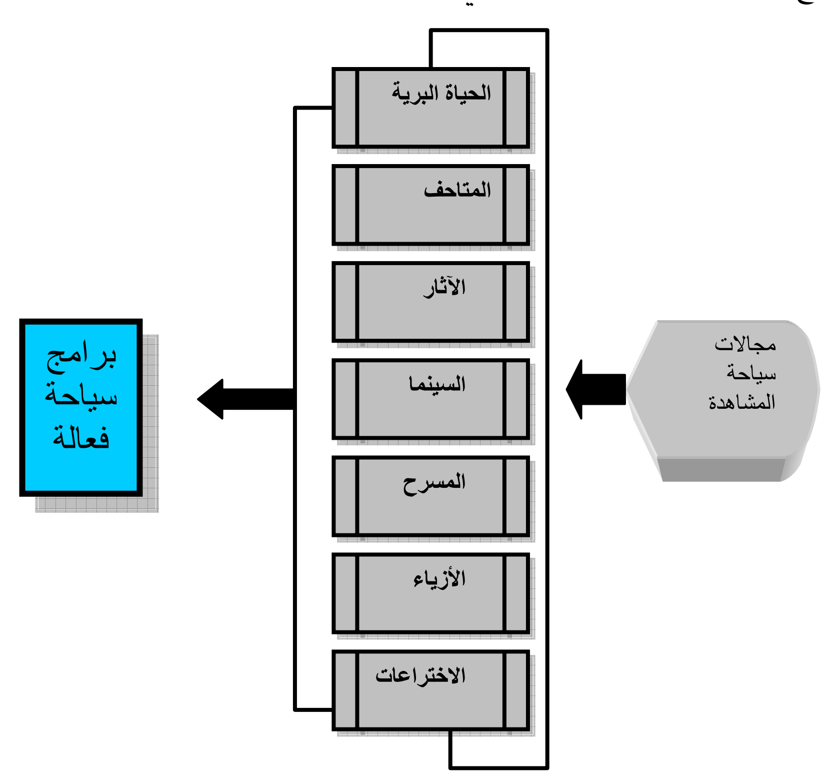
كما وتعتمد منظومة النقل بالقطارات على الخطوط الكهربائية لتقليل التلوث وتخفيض الضوضاء وزيادة الشعور بالراحة، وتقليل الأضرار بالطبيعة ....

٧ ـ **سياحة البواخر واليخوت والزوارق.** مثل سفينة الحب Love Boat هذه الوسائل لا يترتب عليها تلوث للبيئة وهي الأكثر جاذبية للسائح البيئي:



٢٨ - حسب ما يشاهد السائح :

السياحة كما نمارسها ونعرفها هي ممارسة لزيادة الوعي بدرجات عالية من الحرية وذلك من خلال المشاهدة، والتمتع بالنظر إلى الأشياء، والموجودات، والتفاعل الخلاق معها، وصولاً إلى ادراك حقائقها، الأمر الذي يزيد من تراكم المعرفة لدى السائح وهو ما يظهره الشكل التالي :



فعلى الرغم من أن السياحة فن وعلم مشاهدة الحياة LIFE SEEING TOURISM، إلا أنها تختلف في برامجها وفقاً لما يشاهده السائح وأهم برامج المشاهدة ما يلي :

- سياحة مراقبة الطيور والحياة البرية سواء في إقامتها أو في ترحالها وهجرتها من الشمال إلى الجنوب، ومن الشرق إلى الغرب، أو عند عودتها مرة أخرى إلى موطنها الأصلي، أو في حياتها الطبيعية التي تعيشها وتحياها، وحماية الأنواع المهددة من الانقراض، وتوفير الظروف الطبيعية السليمة لها في موطنها .

- سياحة المتاحف والمعارض الفنية وغير الفنية : التي يتم إقامتها من وقت لآخر في المقصد السياحي أو بالقرب منه .

- سياحة السينما والعروض والمهرجانات السينمائية : التي تقام في المقصد السياحي بين المتخصصين، حيث يتيح المنتجع السياحي فرصة جيدة للعاملين في صناعة الفيلم للوقوف على كافة الجوانب : الإنتاجية، والتسويقية، التمويلية، والبشرية التي تساعد على إنجاح الفيلم جماهيرياً في كافة الأسواق ، خاصة أن صناعة السينما صناعة تحتاج إلى استطلاع رأي الخبراء المتخصصين فيها.

- سياحة المسرح والموسيقا وحفلات الأوبرا : وهي سياحة ذات طابع تفاعلي حركي حيث تشمل صفوة منتقاة من المشاهدين والعاملين في مجال الموسيقا ، والمسرح والأوبرا أنفسهم ، عندما ما يقومون بالجولة والزيارة السياحية للمقصد السياحي البيئي قبل الحفلات ، أو بعد الانتهاء من الحفلات .

- سياحة المعالم الحضارية والآثار التاريخية : فقد تتوفر في المقصد السياحي ذاته أثار الحضارات السابقة .

- سياحة عروض الأزياء ، والملابس والإكسسوارات المرتبطة بها وهي تشمل عروض ذات طابع أكثر خصوصية.

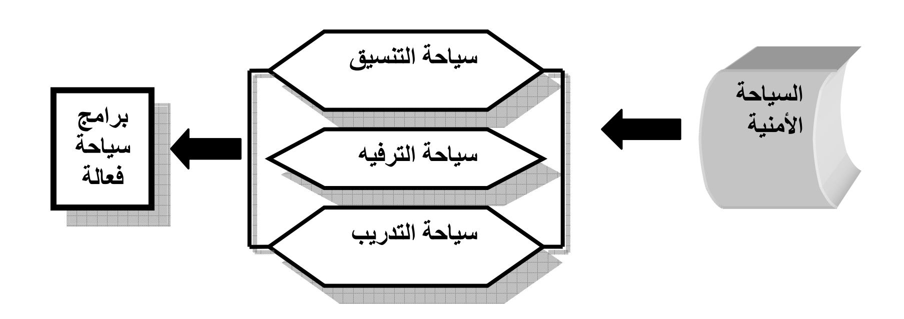
- سياحة الابتكارات والاختراعات المحلية ، وهي التي يتم تنظيمها للمخترعين أو لمن فازوا من المخترعين في معارض خاصة سابقة، تنظمه الشركات من أجل التباحث في هذه الاختراعات والوقوف على جوانبها المختلفة الفنية الهندسية - الإنتاجية ـ الاقتصادية من حيث التكلفة و العائد - والتسويقية من حيث القدرة على التسويق في الأسواق المختلفة .

٢٩- السياحة ذات الطبيعة الخاصة :

وهي سياحة فرضتها ظروف ، وأوجدتها متطلبات عصر العولمة وتياراته الاجتياحية ، التي جعلت من التعاون الأمني العالمي أمراً حتمياً وأساسياً ورئيساً .

وهي تشمل عدة أنواع من برامج السياحة وهي :

- سياحة العمليات المشتركة وهي عمليات عالية التخصيص والكفاءة .
- سياحة الترفية للجنود (جنود البحرية) ، واستقدام واستضافة جنود وضباط القطع البحرية واستقبالهم ، في مجموعات صغيرة العدد ، في أفواج متبادلة.
- سياحة التدريب والندوات الأمنية خاصة سياحة التدريب على الفكر والمعارف الأمنية البيئية الجديدة ، وعلى الأجهزة الجديدة ، والإطلاع على النظم الحديثة خاصة وأن الكثير منها تقوم على نظم المحاكاة الالكترونية .



المبحث الرابع
اقتصاديات السياحة

- علم اقتصاديات السياحة
- الطلب على السياحة
- عرض السياحة
- التوازن في السوق السياحية
- العوامل المؤثرة في الإنفاق السياحي
- المؤشرات الاقتصادية الرئيسية للنشاط السياحي
- الإسهام الاقتصادي للقطاع السياحي

المبحث الرابع
اقتصاديات السياحة

١- علم اقتصاديات السياحة :

يعرَّف علم الاقتصاد ، بأنه العلم الذي يبحث في تعظيم الإشباع من الموارد النادرة، ومن ثم يعمل الاقتصاديون على وضع بدائل متعددة لاستخدام هذه الموارد النادرة ، ووضع خيارات واختيارات وأولويات لاستخدام كل بديل من هذه البدائل عندما يستقر الأمر على استخدامه.

يرتبط اقتصاد الساحة – مثله في ذلك مثل أي اقتصاد- باقتصاد العرض والطلب، وباقتصاديات التكلفة والعائد والمردود.... وباقتصاديات الندرة، والقدرة، واقتصاديات الحجم الصغير، واقتصاديات صناعة المزايا التنافسية....إلا أنه يتفوق على غيره من الاقتصاديات، بأنه اقتصاد ذو طابع خاص، اقتصاد تفاعلي كثيف، حيث يستمد خصوصيته من:

- خصوصية الممارسة السياحية
- خصوصية الأداء السياحي
- خصوصية التفاعل ما بين العناصر والمكونات الجزئية للنشاط السياحي.

إن المشكلة السياحية هي جزء من المشكلة الاقتصادية وتتميز (بحاجات الإنسان الكبيرة والمتعددة للسياحة والترويح عن النفس ، يقابل ذلك ندرة في الموارد السياحية التي يمكن أن تلبي هذه الحاجة) . وعلم اقتصاديات السياحة كعلم الاقتصاد يهدف إلى (تحقيق أقصى إشباع ممكن من الحاجات السياحية ، عن طريق استغلال أمثل للموارد السياحية المتاحة) ، ويسعى إلى ترشيد سلوك الإنسان بهذا الاتجاه .

وبناءً على ذلك يمكن أن يعرف **علم الاقتصاد السياحي** على أنه **"العلم الذي يوفر القواعد والنظريات الاقتصادية الكفيلة بتحقيق استخدام أمثل للموارد السياحية المتاحة بما يحقق أقصى إشباع ممكن منها** [(١)]**"**.

هذا وقد أصبح قطاع السياحة قطاعاً اقتصادياً حيوياً على مستوى الدولة الواحدة ، كما على المستويين الإقليمي والدولي ، فهو يستأثر بنسب متزايدة من الدخل القومي والعمالة ، بل أصبح مصدر دخل وإيراداً مهماً من الإيرادات العامة . وفيما يلي إيجاز لأهم جوانب اقتصاديات السياحة ، خصوصاً ما يتعلق منها بالعرض والطلب والعوائد الاقتصادية للنشاط السياحي والعوامل المؤثرة في هذا النشاط .

٢- الطلب على السياحة:

ليست السياحة منتجاً واحداً له سوق أو أسواق محددة وواضحة الخصائص ، بل هي مفهوم عام لنشاطات اقتصادية متعددة ومختلفة ، وقد ينتمي هذا النشاط السياحي أو ذاك إلى قطاعات خدمية أو سلعية ، أكثر من انتمائه إلى قطاع السياحة . ومع ذلك ، فإنه يمكن الحديث ، مجازاً في (التجريد) ، عن " الطلب على السياحة " كطلب كلي ينتج عنه أنواع كثيرة من الطلب على المنتجات السياحية .

وبلغة اقتصادية ، يمكن الحديث عن الطلب على هذه المنتجات كطلب مشتق من الطلب على السياحة ، بنفس اللغة التي يتحدث بها الاقتصاديون عن الطلب على النقود كطلب مشتق من الطلب على السلع أو الخدمات الحقيقية . إن أسواق المنتجات الخدمية السلعية السياحية هي أسواق حقيقية يلتقي فيها العرض والطلب على كل منتج سياحي ، بما يمكن أن يربط في مجمله بالطلب الأساسي على السياحة .

وتتنوع المنتجات السياحية وتتركز حول خدمات ومنتجات السفر والإقامة والفندقة والزيارة والاستجمام وما يرتبط بها من الخدمات والنشاطات الثانوية وما بعد الثانوية . ومعلوم أن مفهوم الطلب هو مفهوم ينسحب على العلاقة السلبية (في

---

(١) د. مثـ ا وري، د. ا اعيل مد علي دباغ ، السياحة والسفر، مؤسسة وراء، عمان ، الإردن.

حالة السلع العادية) بين السعر والكمية المطلوبة ، فكلما زاد السعر انخفضت الكمية المطلوبة ، والعكس صحيح ، بما يولد لدينا منحنى طلب ينحدر من أعلى اليسار إلى أسفل اليمين .

هذه العلاقة تفترض ثبات العوامل الأخرى المؤثرة في الطلب ، مثل : الدخل والأذواق واختلاف الجودة وأسعار السلع البديلة والمكملة الأخرى والإعلان والحالة الأمنية وغيرها .

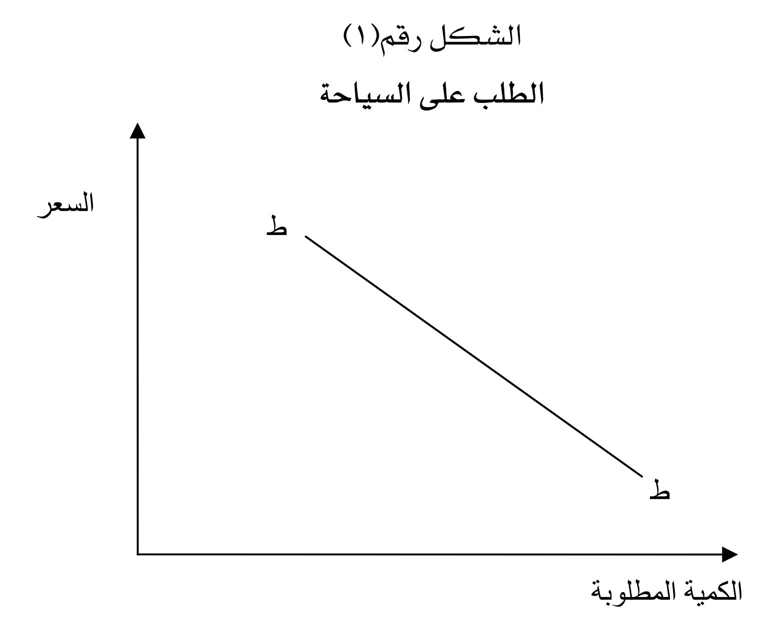
العلاقة بين الطلب والعوامل الأخرى تنعكس في ميل منحنى الطلب إلى اليمين إذا كان الأثر إيجابياً وإلى اليسار إذا كان الأثر سلبياً . ولا بد من الحديث عن خاصية مهمة جداً للطلب على السياحة والمنتجات السياحية ، سواء أكان طلباً أصلياً أم طلباً مشتقاً ، وهي الحساسية الشديدة (مقارنة بالسلع والخدمات الأخرى)، أو باللغة الاقتصادية المرونة الكبيرة لهذا الطلب بالنسبة للمتغيرات الأمنية والسياسية والاقتصادية .

والمتغيرات الأمنية والسياسية وأثرها على الطلب السياحي أمر مفروغ منه . أما المتغيرات الاقتصادية ، فيمكن الإشارة إلى عاملين مهمين هما : الدخل المتاح والدعاية السياحية .

الشكل (١) يمثل منحنى افتراضياً كلياً للطلب على السياحة ، ولا يمكن تصوره إلا منحنى لسلعة (خدمة) عادية ، ينحدر من أعلى اليسار إلى أسفل اليمين ، عاكساً قانون الطلب المعروف الذي سبقت الإشارة إليه .

الشكل رقم(١)

الطلب على السياحة



ويمتاز الطلب السياحي بعدد من الخصائص والمزايا التي أهمها[1]:

١- لا يتصف الطلب السياحي بصفة التكرار، وهذا يعني أن إشباع حاجات ورغبات السائح في دولة أو إقليم ما لا يدفع السائح بالضرورة إلى تكرار الزيارة لهذه الدولة أو هذا الإقليم.

٢- يمتاز الطلب السياحي بدرجة عالية من المرونة نظراً لارتباطه بدوافع ذاتية عند السائحين.

٣- يتأثر الطلب السياحي بمستويات الرفاهية الاقتصادية في دول المنشأ ودول الهدف وكذلك يتأثر بدرجة التقدم في وسائل الاتصال والمواصلات، إضافة إلى تأثره بعوامل أخرى كثيرة ثقافية وسياسية يصعب في كثير من الأحيان التحكم بها.

٤- يتأثر الطلب السياحي سواء أكان ذلك على الصعيد المحلي أو العالمي بالمناخ السياحي الشامل(الاستقرار والأمن، مستويات الرفاه الاقتصادي، سلوك السكان المحليين اتجاه الأجانب والأغراب...الخ).

---

(١) أ.د ماهر وعبد السلام قحف ،ص١٤-١٥

٥- تعمل زيادة الطلب السياحي على المنتج السياحي في دولة ما على زيادة الطلب على منتجات الدولة عير السياحية.

٦-يرتبط الطلب زيادة أو نقصاناً بشكل كبير بالقدرة المالية للسائح.

ويقاس الطلب السياحي ويتم تحليله والتنبؤ به بطرق مختلفة: أهمها ما يعرف بطريقة **الطلب الفعال** Effective Demand والذي يعني عدد الأشخاص الذين يشاركون في النشاطات السياحية أو يقومون بزيارة منطقة معينة كما يمكن أن يقاس بعدد المسافرين الذين يستخدمون وسائط نقل معينة أو عدد أسرة النوم المتاحة في نوع معين من منشآت النوم أو عدد الأشخاص الذين يستخدمون تسهيلات سياحية معينة أو عدد الأشخاص الذين يمارسون نشاطاً معيناً مثل: التزلج على الجليد أو الماء أو غيرها..، ويمكن كذلك قياس الطلب السياحي اقتصادياً من خلال الدخل الذي ينفق على نشاط معين في إقليم محدد أو العائدات التي يتم توليدها في سوق معين.

ويعبر عن الطلب السياحي أحياناً من خلال مصطلح النزوع أو الميل للسفر Travel Propensity عند السكان أو الأفراد ،وهناك نوعان من الميل للسفر عند الأفراد هما:

الأول: نسبة صافي السكان أو الأفراد الذين يميلون للسفر وهذا الطلب يمكن قياسه من خلال المعادلة التالية:

$$\text{نسبة صافي الميل للسفر} = \frac{أ}{ع} \times 100$$

حيث:

أ: عدد الأشخاص في الدولة أو الإقليم الذين قاموا على الأقل برحلة واحدة خارج بلادهم خلال مدة زمنية هي السنة.

ع: عدد سكان الدولة أو الإقليم الإجمالي.

الثاني: **هو نسبة إجمالي السكان أو الأفراد الذين يمليون للسفر** وهذه النسبة يعبر عنها بالعلاقة بين عدد الرحلات الإجمالي وعدد السكان الإجمالي في الإقليم أو الدولة وتقاس كما يلي:

$$\text{نسبة إجمالي الميل للسفر} = \frac{د}{ص} \times 100$$

حيث:

د: عدد الرحلات الإجمالي التي قام بها السكان في الإقليم أو دولة معينة خلال فترة زمنية معينة غالباً هي السنة:

ص: عدد السكان الإجمالي في الدولة أو الإقليم.

ويقاس الطلب كذلك **بمعدل تكرار السفر** **travel frequency** والذي يعني معدل عدد الرحلات السياحية للشخص الواحد في منطقة معينة وخلال فترة زمنية محددة ويقاس كما يلي:

$$\text{تكرار السفر} = \frac{و}{م}$$

حيث:

و: إجمالي نسبة الميل للسفر

م: صافي نسبة الميل للسفر

وفيما يتعلق بالتنبؤ بأعداد السياح في المستقبل فيمكن تحديده بطرق التنبؤ الإحصائي المعروفة والتي أهمها: السلاسل الزمنية بأنواعها وكذلك الانحدار البسيط والمتعدد.

أما التوقعات المستقبلية للطلب السياحي على المرافق والخدمات فيمكن قياسه بطرق مختلفة بناءً على أعداد السياح المتوقعة في المستقبل، فمثلاً يحسب الطلب على أسرة النوم كما يلي[1]:

$$\text{الطلب على الأسرة الفندقية} = \frac{\text{عدد السياح في فترة زمنية معينة} \times \text{معدل فترة الإقامة/ ليلة}}{\text{عدد الليالي في فترة زمنية محددة} \times \text{معدل الإشغال/الإقامة}}$$

أما التنبؤ بالطلب على الغرف الفندقية فيمكن حسابه كما يلي:

[1] Goeldner, Ritchie and McIntosh, Tourism Principles, practices, philosophies, John Wiley and Sons. New York, 2000, P384.

الطلب على الغرف الفندقية= $\dfrac{\text{عدد الأسرة المطلوب}}{\text{معدل إشغال الغرفة/شخص لكل غرفة}}$

وفيما يتعلق **بقياس التباين الكلي** في السياحة والنشاطات السياحية فيمكن أن يتم من خلال مجموعة المعادلات التي تطبق لأغراض متعددة وهي:

١- معامل الوظيفة السياحيةTourist Function Index

يستخدم هذا العامل لقياس النشاط السياحي وكثافته في منطقة ما باستخدام المعادلة التالية:

$$\text{ت ف} = \frac{\text{ط} \times 100}{\text{ن}}$$

حيث أن:

ت ف: معامل الوظيفة السياحة.

ط: عدد الأسرة المتاحة أو المتوفرة في المنطقة.

ن: إجمالي عدد سكان المنطقة.

كلما كانت قيمة المعامل كبيرة كلما كانت المنطقة ذات نشاط سياحي كبير والعكس صحيح.

٢- معامل الاستجمامRecreation Index

يستخدم أيضاً لقياس كثافة النشاط السياحي في منطقة ما ومن خلال المعادلة التالية:

$$\text{ر} = \frac{\text{ل} \times 100}{\text{ي}} \times \frac{1}{\text{ز}}$$

حيث:

ر: معامل الاستجمام.

ل: عدد المسكن الثاني مضروب في (٤) ليعبر عن معدل عدد الزوار أو المقيمين مؤقتاً .

ي: عدد السكان المقيمين في المنطقة بشكل دائم.

ز: مساحة منطقة الاستجمام في الإقليم أو الدولة.

٣- معامل الراحة Comfort Index

يستخدم لقياس مستوى أو نوعية الخدمة المقدمة للسائح وذلك بتطبيق المعادلة التالية:

$$ج = \frac{0.25 ج1 + 0.50 ج2 + 0.75 ج3 + ج4}{ح} \times 100$$

حيث: جـ: معامل الراحة

ج١-ج٤: عدد الغرف في فنادق من نجمة إلى أربع نجوم

ح: الطاقة الاستيعابية للمنتجع أو المنطقة.

٤- معامل الدفق النسبي Relative Acceptance Index

يستخدم لقياس الدفق السياحي من منطقة لأخرى سواءً على مستوى دولة أو إقليم ويعبر عنه بالمعادلة التالية:

$$هـ = \frac{ز - س}{ش}$$

حيث:

هـ: معامل الدفق النسبي

ز: الدفق الحالي من منطقة المصدر إلى منطقة الهدف

س: الدفق المتوقع من منطقة المصدر إلى منطقة الهدف.

ش: إجمالي عدد الزوار الكلي للمنطقة.

ويحسب الدفق السياحي المتوقع من منطقة المصدر إلى منطقة الهدف باستخدام المعادلة التالية:

$$س = \frac{ك1 ك2}{ل}$$

حيث:

س= الدفق السياحي المتوقع

ك١= عدد المسافرين المسجل أو الملاحظ من إقليم ك١

ك٢= عدد الزوار القادمين الملاحظ في إقليم ك٢

ل= عدد الزوار الإجمالي للدولة أو الإقليم

٥-نسبة الكثافة السياحيةTourist Intensity Ratio

وتقاس هذه النسبة كما يلي:

عدد السياح الدوليين القادمين
نسبة الكثافة السياحية= ــــــــــــــــــــــــــــــــ ×١٠٠
عدد السكان المحليين

أو يمكن أن تحسب هذه النسبة كالتالي:

معدل الإقامة× عدد الزوار
نسبة الكثافة السياحة= ــ
٣٦٥ يوم× المساحة كم٢

٢-عرض السياحة:

إن تـوافر عناصـر طبيعيـة معينـة ، مثـل : المنـاخ الجميـل والممتـع أو الطبيعـة الجغرافيـة المتميـزة أو التـاريخ والآثـار القديمـة ، تمثـل عوامـل جـذب طلـب سـياحي مهمـة ، ولكنهـا لوحـدها لا تكفـي للوصول بالطلـب السـياحي إلى أعلـى إمكانياتـه ودرجاتـه ، فمعلـوم أن خـدمات السـفر والتنقـل والإقامـة وسـهولة الإجـراءات وعوامـل الأمـن السـياحي وغيرهـا ، هـي العوامـل الحقيقيـة الـتي تجعـل الطلـب الخـارجي (بـل والداخلي) على السياحة في أعلى إمكانياته .

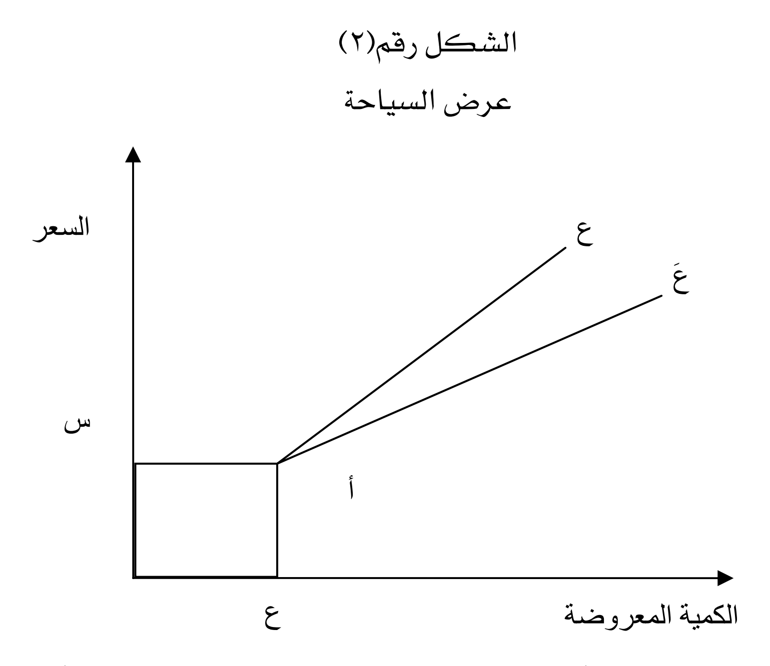
ومن المعلوم ، أيضاً ، أن المناخ والطبيعة والآثـار لا " تُنْـتج " ولهـا " عـرض " طبيعـي ثابـت لا يتـأثر بالمعطيـات والعوامـل الاقتصـادية كـثيراً . إذاً ، فعـرض السـياحة يعـني عرض الخدمات السـياحية الـتي " تُنْـتج " ولهـا تـكلفـة تتـأثر بالعوامـل الاقتصـادية ذات العلاقة .

فمن زاوية يمكـن القول بـأن الطلب على الطبيعة والمناخ والآثـار ومـا في حـكمهـا (التي عرضها ثابت ومعروف ولا يتـأثر كـثيراً بالمعطيـات الاقتصـادية) يولـد طلبـاً علـى المنتجـات السـياحية الضـرورية ، ممـا يسـتدعي ويتطلـب عرضـاً للمنتجـات السـياحية الأخرى مثل خدمات السفر والإقامة والغذاء والمواصلات والترفيه والترويح وغيرها .

وبـالرغم مـن أن هـذا أمـر تجريـدي بعيـد عـن الواقـع ، إلا ، أنـه ، ولأغـراض تحليلية ، يفترض وجود منحنى عرض للسياحة. منحنى العرض بالنسبة للطبيعة والمناخ والآثار يعتبر ثابتاً ، بمعنى أن هناك عرضـاً ثابتـاً لا يتـأثر بالسـعر ولا بالعوامـل الأخـرى (واقـع منـاخي وطبيعـي وآثـاري لا يـتغير إلا بالعوامـل الطبيعيـة فقـط) . ولـذلك ، فـإن العرض السياحي يكون عمودياً عند نقطة معينة يبدأ بعدها بالانحنـاء يمينـاً ، كمـا في الشكل (٢) .

الشكل رقم(٢)

عرض السياحة



وهذا يعني أن هناك عرضاً للسياحة (مناخ وبيئة وطبيعة وآثار) يولد طلباً في حد أدنى معين ، لا يتأثر بتكاليف الإنتاج من عدمه ، وعندما يصل الطلب إلى حد معين مثل النقطـة (أ) في الشـكل (٢) ، فـإن عـرض المنتجـات السـياحية الأخـرى يبـدأ في الزيـادة تبعـاً لارتفـاع السـعر المتولـد مـن زيـادة الطلـب (العـرض السـياحي في الشـكل المذكور يتمثل في المنحنى ع أ ع).

وعندما تتغير العوامل المؤثرة في العرض ، مثل انخفاض تكاليف الإنتاج،والمثبتة افتراضياً ، فإن المنحنى يتحرك حول محور مركزه(النقطـة أ) إلى اليمين (باتجـاه

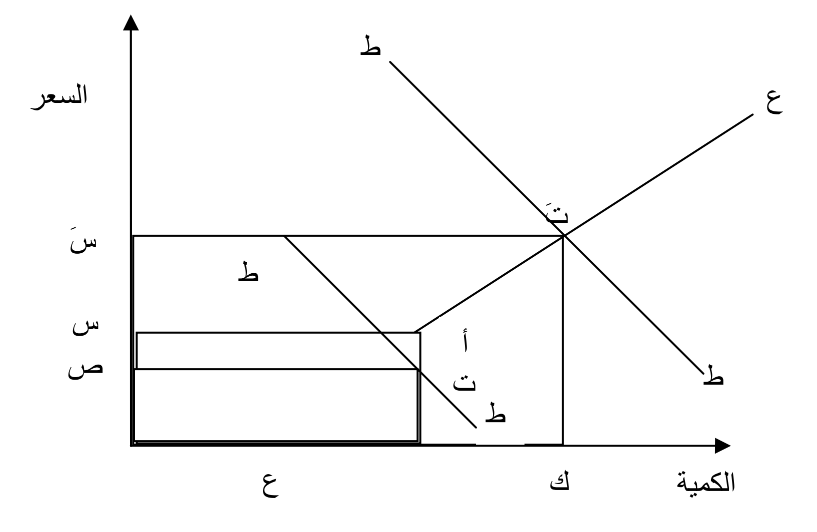
عقارب الساعة) بما يعني عرضاً أكثر عند كل سعر مفترض فوق مستوى (س) نتيجة لانخفاض تكاليف الإنتاج(المنحنى ع أ ع).

٣- التوازن في السوق السياحية:

يتحقق توازن العرض والطلب في السوق السياحي الكلي ، مثل أي سلعة أو خدمة عادية أخرى عند تقاطع العرض والطلب . وإذا كانت الخدمات والمنتجات السياحية غير موجودة أو غير مطورة ، فإنه يمكن تصور سوق سياحي متوازن عند مستوى متدن من العرض والطلب والسعر مثل ما هو الحال عند النقطة (ت) في الشكل (٣) ، حيث يتقاطع منحنى الطلب(ط ط) مع منحنى العرض (ع أ ع) ، وعند سعر يساوي (س) و " كمية " سياحية تقاس بالمسافة (ص ع) . وعندما يزداد الطلب (ربما بسياسة إعلانية نشطة مثلاً) فإن منحنى الطلب يزحف لليمين ، فإذا تجاوز النقطة (ت) ، فإن هذا الطلب المرتفع الذي يرفع الأسعار معه ، يولد عرضاً للمنتجات السياحية له تكاليفه ، التي يفترض أن عائدات المبيعات تتجاوزها محققة أرباحاً لهذا القطاع الإنتاجي الجديد .

الشكل رقم (٣)

توازن السوق السياحية



وهذا هو الحال الذي يصوره الشكل السابق عند تقاطع منحنى الطلب الجديد (طَ طَ) مع منحنى العرض المتحرك (ما فوق الجزء الثابت) عند النقطة(تَ) ، وعند سعر توازني جديد مرتفع هو (سَ) ، وكمية توازنية جديدة هي ك .

ومن المهم الإشارة إلى أن العامل الرئيس في الطلب هو الطلب الخارجي على السياحة الوطنية . ولذلك ، فإن الظروف الاقتصادية الخارجية ، مثل : أسعار الصرف ومعدلات التضخم والنمو الاقتصادي وزيادة الدخول في الاقتصادات المتقدمة ، هي عوامل مهمة ومؤثرة في الطلب على السياحة . أما عرض السياحة . فهو ذو طبيعة وطنية إلى حد كبير .

٤- العوامل المؤثرة في الإنفاق السياحي :

الإنفاق على المنتجات السياحية يؤثر مباشرة في الطلب عليها ، وهذا الإنفاق بدوره يتأثر بعوامل متعددة ، من أهمها ما يلي :

أ- **الدخل المتاح** ، أي الدخل المتبقي بعد الضرائب وما في حكمها .

ب- **سعر الفائدة** ، حيث أن ارتفاعه يحفز الأفراد من جهة على الادخار بدلاً من الاستهلاك (الإنفاق الاستهلاكي) ، ومن جهة أخرى ، فإن هذا الارتفاع يحد من اقتراض الأفراد بهدف الإنفاق على المنتجات السياحية والعكس صحيح .

ج- **التوقعات** ، فإن قرارات الأفراد الاقتصادية عموماً ، وخصوصاً قرارات الإنفاق على المنتجات السياحية تتأثر بالحالة الاقتصادية الراهنة وبالتوقعات المستقبلية ، سلباً وإيجاباً .

د- **سعر الصرف** ، فمن المتوقع أن انخفاض سعر صرف عملة بلد معين يؤدي إلى زيادة الطلب على منتوجاتها السياحية .

هـ- **الدعاية السياحية** ، وهي الدعاية التي تقدم معلومات حقيقية للسائح مما يغير من نمط إنفاقه وماله ونوعه وحجمه ، بحيث يزداد الطلب على المنتجات السياحية في بلد معين .

و- **وجود بيئة طبيعية ومناخية جميلة ومتنوعة .**

ز- وجود بيئة أمنية مطمئنة للسواح ، مبنية على ثقتهم في السلطات الحكومية ، وانخفاض حقيقي في معدلات الجريمة ، واستقرار سياسي واجتماعي وأمني .

٥- المؤشرات الاقتصادية الرئيسية للنشاط السياحي :

هناك مؤشرات رئيسة يقاس بها النشاط الاقتصادي والسياحي ، ومن أهمها ما يلي :

أ- القادمون من غير المقيمين Arrivals ، وهم قسمان : القادمون الذين يمكثون في بلد الوصول أكثر من ليلة واحدة وهؤلاء يدخلون في حسابات السياحة ، والقادمون الذين يغادرون في نفس اليوم ، وهؤلاء لا يدخلون في مثل هذه الحسابات.

ب- أيام الإقامة Overnight Stays ، وهي عدد الليالي التي يقيمها السائح في البلد المعني

ت- الإنفاق السياحي Tourism Expenditure ، يظهر في حسابات ميزان المدفوعات عنصر يسمى " عائدات السفر Travel Receipts " لمعظم بلدان العالم ، يشتمل على إنفاق السواح والزوار الذين يغادرون في نفس يوم الوصول .

ث- السياحة الداخلية Domestic Tourism ، ويعبر عنها بعدد الليالي التي أقامها المقيمون في البلد المعني خارج مقر إقامتهم المعتادة ، في نفس الدولة .

ج- السياحة الخارجية Outbound Tourism ، وتقاس بعدد المغادرين من المقيمين في بلد معين ويظهر إنفاق هؤلاء السواح كعنصر في حسابات ميزان المدفوعات باسم Travel Expenditure .

ح- النشاط السياحي Economic Activities ، ويقصد به النشاطات الاقتصادية المرتبطة بالفنادق والمؤسسات المشابهة ، وتقاس بعدد الغرف والأسرة ونسبة ومعدلات الأشغال بكل منهما من الزائرين والمقيمين .

خ- **حجم الإنفاق** على خدمات ومنتجات هذا القطاع بنوعيه: الإنفاق من المقيمين (السواح الداخليين) والإنفاق من القادمين (السواح الخارجيين) ، كما تقاس الأهمية الاقتصادية بحجم مبيعات هذا القطاع الذي يمثل الوجه الآخر للإنفاق.

د- **العمالة** في القطاع السياحي ومعدلات نموها .

ذ- **المبيعات السياحية** ومعدلات نموها ومدى تحسن ميزان المدفوعات ومعدلات تدفقات النقد الأجنبي العملة الصعبة .

ر- **الإنفاق الاستثماري** على البنية الأساسية لقطاع السياحة ومعدلات نموه .

ز- **مدى تشابك وارتباط وتكامل** النشاطات السياحية بالقطاعات الاقتصادية الأخرى .

٦- الإسهام الاقتصادي للقطاع السياحي [١] :

الأثر الإيجابي الاقتصادي ومعدلات النمو في قطاع السياحة ، ينعكس من خلال الآليات التالية:

١- أثر السياحة في الدخل القومي :

ويمكن احتساب أهمية دور السياحة في الدخل القومي أو الناتج القومي وبشكل رياضي ، من خلال إجراء مقارنة نسبية بين الدخل السياحي من جهة والدخل القومي من جهة أخرى ، وفق المعادلة الآتية :

$$\text{دور الساحة في الدخل القومي} = \frac{\text{الدخل السياحي}}{\text{الدخل القومي}} \times ١٠٠$$

لا شك أن السياحة تساهم مساهمة فعالة في زيادة الدخل ومعدلات النمو في الدخل الوطني، بصفته قطاعاً اقتصادياً حيوياً ،من قطاعات الاقتصاد الحديثة.

(١) زيد من التفصيل كن الرجوع إ : اقتصاديات السياحة ، د. مثـ طه ا وري ، ود. إ اعيل مد الدباغ ، ط١ ، ٢٠٠٠ ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، ص١١٧ وما بعد

٢- أثر السياحة في ميزان المدفوعات:

تساهم السياحة في تحسين ميزان المدفوعات باعتبار أن الخدمات والمنتجات السياحية هي " **سلع** " صادرات يستهلكها السواح الأجانب ، وبما يزيد من تدفقات العملات الصعبة والنقد الأجنبي إلى الاقتصاد الوطني .

ويمكن حساب دور السياحة في ميزان المدفوعات من خلال المعادلة الآتية :

$$\text{دور السياحة في ميزان المدفوعات} = \frac{B.T}{B.T - BM} \cdot 100$$

حيث أن (B.T) تعني نتيجة الميزان السياحي .

(B.M) تعني نتيجة ميزان المدفوعات .

R مجمل العوائد (مجموع الصادرات)

E مجمل الإنفاقات (مجموع الاستيرادات)

٢- أثر السياحة في الاستخدام وتكوين فرص العمل :

توفر السياحة عمالة أكثر لتوظيف وتشغيل اليد العاملة الوطنية ، بما يساهم في خفض معدلات البطالة ، وبما يساعد على زيادة دخل الطبقات ذات الدخل المحدود ، وبالتالي فإن القطاع السياحي كثيف التشابك القطاعي ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى . وهذا يعني أن إمكانية السياحة على توليد فرص العمل تفوق حدود القطاع السياحي وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهز السياحة بمستلزمات الإنتاج .

يتضح لنا مدى القدرة الفائقة للسياحة على توليد فرص العمل ليس فقط على صعيد السياحة وإنما على صعيد الاقتصاد القومي ككل .

كمـا أن الإنفـاق ، وكمـا عرضـنا سـابقاً ، يتولـد عـن زيـادة في الـدخل ، وفي الوقت نفسه زيادة في الاسـتخدام ، بفعل أثـر المضـاعف ويمكـن التوصـل إلى حسـاب مضاعف الاستخدام السياحي كما يلي :

الاستخدام السياحي الأولي+ الاستخدام المتولد عن السياحة
مضاعف الاستخدام السياحي= ________________________
الاستخدام السياحي الأولي

٤- أثر السياحة في إعادة توزيع التنمية والدخل بين الأقاليم :

حيـث تعمـل السـياحة علـى جلـب المشـاريع التنمويـة إلى الأقـاليم الريفيـة والنائيـة . وتتجلى الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة على تنمية الأقاليم الريفية والنائية بما يلي :

أ- إقامة منشآت سياحية مختلفة في هذه الأقاليم ، وهذا يعني وصول أحد أنـواع التنمية إليها .

ب- إن طبيعـة التشـابك القطـاعي المكـثف للنشـاط السـياحي ومسـاهمة العديـد من القطاعات الاقتصادية بتصنيع المنتوج السياحي ، سوف يعمل على خلق العديد من الصـناعات والخـدمات التكميليـة في هـذه الأقـاليم ، لتجهيـز السـياحة بمسـتلزمات الإنتاج .

ج- كمـا تعمـل علـى تنميـة بعـض الصـناعات الحرفيـة والفولكلوريـة في هـذه الأقاليم .

د-إقامة مثل هـذه المشـاريع السـياحية وغيـر السـياحية ، تتطلـب بالضـرورة إقامـة العديد من مشاريع البنى التحتية المتمثلة بالماء والكهرباء ....الخ .

كمـا تتطلـب إقامـة هـذه المشـاريع المزيـد مـن القـوى العاملـة ، وتـوفير الخـدمات التعليمية والصحية والأسواق و...الخ .

❖**الأثر الإيجابي غير المباشر للسياحة في الاقتصاد القومي :**

١- الأثر المضاعف للسياحة :

يعرف المضاعف السياحي على أنه "نسبة التغيرات الأولية والمتولدة في الدخل القومي على التغيرات الأولية " وبموجب هذا التعريف فإن المضاعف السياحي بالشكل الرياضي سيكون كالآتي:

المضاعف السياحي = (**التغير في الدخل القومي الناتج عن الإنفاق السياحي الأولي** + **التغير في الدخل القومي الناتج عن الإنفاق السياحي المتولد**) ÷ **التغير في الدخل الناتج عن الإنفاق السياحي الأولي**

وبواسطة المضاعف السياحي نستطيع أن نتوصل إلى الدخل الكلي الناتج عن النشاط السياحي ، ليس فقط داخل حدود القطاع السياحي ، بل على مستوى القطاعات الأخرى أي على مستوى الاقتصاد القومي ككل .

٢- أثر السياحة في تنشيط حركة الإنتاج والاستثمار في القطاعات الأخرى : تتميز صناعة السياحة عن القطاعات الأخرى في بعث سلسلة النشاط الاقتصادي في الاقتصاد القومي ، يمكن إرجاع هذه القدرة الخاصة للسياحة إلى الأسباب الآتية :

أ-طبيعة المنتوج السياحي .

ب- موقع صناعة السياحة بين فروع الاقتصاد القومي .

٣- زيادة مصادر وحجم الإيرادات العامة (إيرادات الحكومة) من خلال الضرائب والرسوم على النشاطات السياحية (بعد أن يستقل القطاع عن الدعم والحوافز والإعفاءات التي يحتاجها في البداية) ومن خلال أثر مضاعف القطاع على القطاعات الأخرى التي تجبى منها الرسوم والضرائب .

٤- زيادة الرفاهية الاجتماعية من خلال البنية الأساسية للسياحة وتحسين الوضع الاقتصادي ، بما ينعكس على الرفاه العام وقدرة المواطنين والمقيمين على الاستمتاع بفائض وقتهم ودخولهم .

٥- أثر السياحة في البيئة الطبيعية :

يتميز المشروع السياحي بخلاف المشروع الصناعي بأنه لا يحتوي على مدخنة تطرح الغازات السامة والملوثة في الجو ، وبناءً على ذلك سميت السياحة بـ "**صناعة بلا مداخن** " للدلالة على نظافة هذا النشاط . كما تسمى أيضاً بـ (**الصناعة النظيفة**)، وهناك تسمية ثالثة لها (**الصناعة الطبيعية**) .

وكل هذه التسميات تشير وتؤكد على حقيقة واحدة كون المشروع السياحي يتميز بنظافته وأناقته وقوامه الجميل والذي نادراً ما يسيء إلى الطبيعة .

وقد تلعب المشروعات السياحية دوراً في تحسين الوضع الصحي للبيئة المحلية أي تحسين البنية التحتية ككل .

ومن جهة أخرى فإن حماية البيئة الطبيعية لا تقع على عاتق السياحة فقط ، وإنما يجب أن يساهم فيها عدة أطراف معنية بالأمر منها المنظمات السياحية . وتتركز الدعوة لأغراض المحافظة والعناية بالبيئة الطبيعية على دعامات خمس:

١- الدعامة الأخلاقية : وهي معرفة الإنسان لمسؤولياته الأدبية نحو مجتمعه وبيئته ووطنه وما به من ثروات .

٢- الدعامة العلمية : والمتضمنة الحفاظ على النباتات والحيوانات البرية من الانقراض والفناء .

٣- الدعامة الاقتصادية (التطور والتنمية الاقتصادية)المحافظة على التوازن الطبيعي .

٤- الدعامة الذوقية والجمالية .

٥- الدعامة السياحية .

المبحث الخامس
التسويق السياحي

- مفهوم التسويق السياحي
- تعاريف التسويق السياحي
- أهداف التسويق السياحي
- خدمات المنتوج السياحي.
- خصائص المنتوج السياحي
- مكونات المنتوج السياحي.
- دورة حياة المنتوج السياحي
- مفهوم المزيج التسويقي ـ مكوناته

المبحث الخامس
التسويق السياحي
Marketing Tourism

أولاً- مفهوم التسويق السياحي:

إن السياحة هي صناعة الناس التي يكون فيها المنتج متلازماً مع المجموعة التي تورده ، الذين يمكن أن يكونوا : مضيفين ، أدلاء ، وكالة السفر ،.....

كل عنصر في هذه الصناعة له وظيفة تسويقية ينجزها أثناء تعامله مع الجمهور[1]

ومن هنا فإن نشاط تسويق الخدمات السياحية يبدأ بالسائح Tourist لكونه سيد التسويق السياحي ، وذلك بتحديد مواصفاته ورغباته واحتياجاته ودوافعه وقدراته وعاداته السياحية و أذواقه وتشخيصها [2]

فالسائح محور نشاط التسويق السياحي . ويعتمد اختيار الأسواق السياحية التي تتجه إليها أنشطة الترويج السياحي على كثير من العوامل ، لعل في مقدمتها اعتبارات الجوار واللغة والمناخ ومعدلات السفر، ومتوسط الإنفاق الفردي على السياحية ..الخ. ولكن قبل أن نمضي قدماً ، علينا أن نحدد مفهوم التسويق السياحي والتعريف الخاص به .

ثانياً- تعريف التسويق السياحي :

عرّف كوبنذروف KOPENZROVE التسويق السياحي[3] " بأنه التنفيذ العلمي والمنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية، سواء كانت عامة أم

---

(١) عبد ا وهري ، مد ـ وحاج عمر ، نادر منهل ـ مدخل إ التسويق السياحي

(٢) BHATIA A. K . ¸- 1991 – International Tourism : Fundamentals and parties

(٣) ـ توفيق، ماهر عبد العزيز ـ ١٩٩٧ ـ مرجع سبق ذكره ص

خاصـة أو علـى مسـتوى محلـي أو إقليمـي أو عـالمي، الغـرض منهـا تحقيـق الإشـباع الأفضل لحاجات مجموعة المستهلكين المحددين وبما يحقق عائد ملائم "

ـ كما عرّف(LUMSODON) عام (١٩٩٧) التسويق السياحي على أنه [١]

" النشـاط الإداري الـذي يشـمل الاستشـعار وتوقـع وإشـباع الرغبـات الآنيـة والمسـتقبلية للسائح بكفاءة أكبر وأفضل من الشركات أو المناطق السياحية المنافسة " وهذا التعريف يوضح إن إدارات التسويق غير ملزمة بمعرفة إشباع حاجات ورغبات الزبائن فقط وإنما التأكد من عدم تأثير هذه العملية سلبياً على المجتمع والبيئية .

ثالثاً ـ أهداف التسويق السياحي :

إن هـدف التسـويق السـياحي، معرفـة " السـائح واكتشـاف دوافعـه وحاجاتـه ورغباته، وتحليل العناصر المهمة التي تؤثر على إمكانيات السوق السياحية عرضاً وطلباً، إي الوصول إلى معرفة نوع الخدمات التي يطلبها السياح والأسعار التي تتلاءم مـع إمكانيـاتهم وظـروفهم "[٢] . كمـا يهـدف التسـويق السـياحي إلى دعـم مركـز المنطقة السياحية المعلن عنها في الأسواق السياحية[٣] . وزيادة طلب السياح لزيارتها ولهذا إن تحقيق الانطلاقة السياحية مرهون إلى حدٍ كبير بفاعلية التنشيط السياحي الـذي يجـب أن يرتكـز علـى الـرؤى الواضـحة لأهـداف الترويـج السـياحي والتحليـل العميق للأسواق السياحية وشرائح السياح المستهدفة . كما يتطلب التخطيط العلمي لمفردات وعناصر التنشيط السياحي، والتوظيف الجيد للأدوات التنشيطية ثم المتابعة والتقـويم المسـتمر للمـردود الاقتصـادي لخطـط التنشـيط السـياحي[٤] . هـذا وتكمـن العملية الأساسية للتسويق السياحي في بيع وشراء الخدمات والبضائع السياحية التي تلبي حاجات السياح . **أنظر الشكل التالي:**

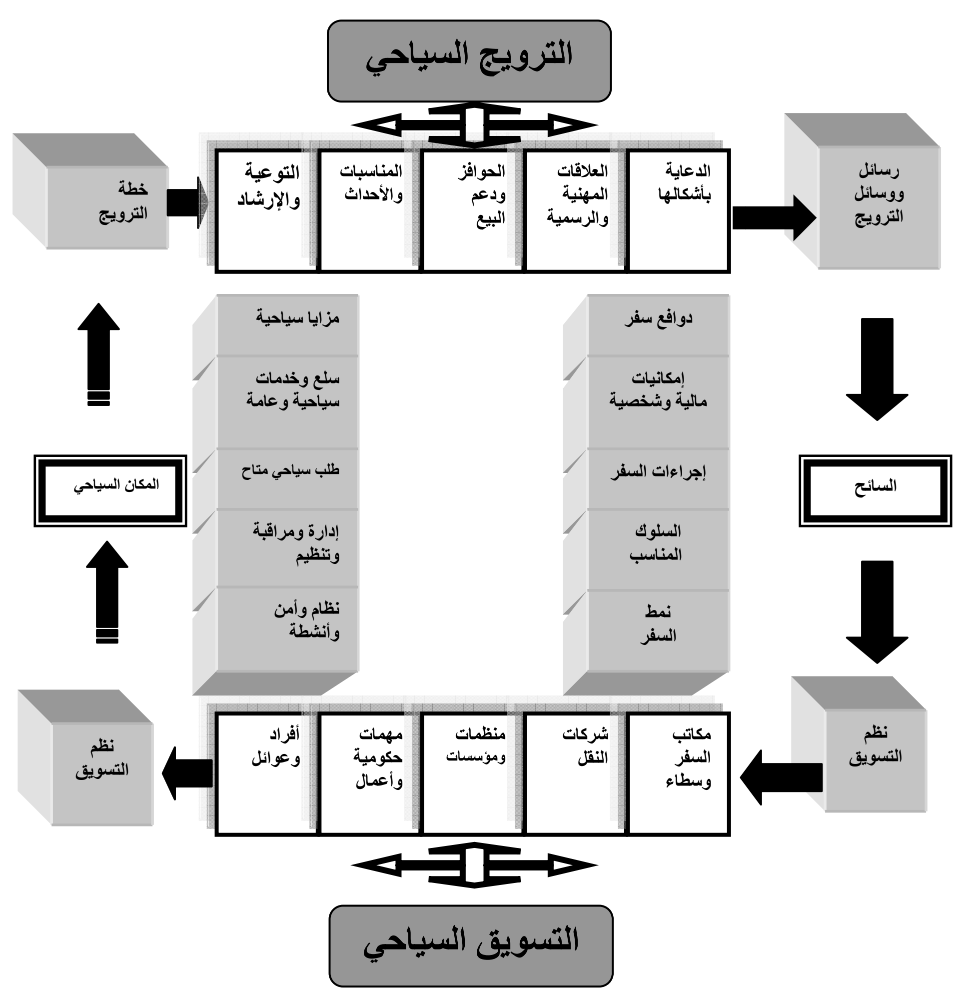
---

(١) مد ، الش اوي ، عبد ا نعم ـ ٢٠٠٢ ـ واقع وأفاق مستقبل السياحة البحرين ، ب وت ، دار الكنـوز الأدبية ص ١٥

(٢) ا سن، حسن، السياحة صناعة وعلاقات عامة، الدار اللبنانية للنشر والعلاقات العام، ب وت، ط١ ١٩٧٨ م ص ٦٥

(٣) العنتيل، علي، فن تسويق السياحي، ا يئة ا صرية العامة للكتاب، القاهرة ١٩٨٠ ص ٣١

(٤) لة ا وادث، " خطة جديدة لتنشيط السياحة "، ب وت، ٢٠٠٠/١/٢٨ ، ص ٥٤



الشكل رقم (١) الترويج السياحي

رابعاً- خدمات المنتوج السياحي:

هناك تحديات وضغوط تُملى على السوق السياحي، وعلى هذا يتضمن المنتوج السياحي جملة من الخدمات هي:

١- المعنوية: أي الخدمات تكون معنوية وغير مرئية.

٢- عدم التشابه: أي عدم تشابه الخدمات مع بعضها.

٣- قابلية الفناء: أي انتهاء الخدمة في أي لحظة معينة.

خامساً ـ خصائص المنتوج السياحي :

١- استحالة نقل أو خزن المنتوج السياحي: بالنسبة للنقل فإنه يتم نقل المستهلك (السائح) إلى مكان وليس العكس كما في حالة المنتوجات المادية وحتى بعض الخدمات . كما أن معظم مكونات المنتوج السياحي لا يمكن خزنها ، كالطاقات الإيوائية أو مقاعد الطائرة أو مقاعد المطعم، فعندما لا يتم إشغال أي غرفة من غرف الفندق يعتبر خسارة للفندق إذ لا يمكن تخزين الغرفة أو عرضها أو نقلها من مكان لآخر ونفس الحالة تنطبق على مقاعد الطائرات في حالة إقلاع الطائرة أو في المطاعم أو في الباصات....الخ.

٢- عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير: صعوبة تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر ، أي لا يمكن تحويل فندق إلى مطار في وقت قصير أو عدم إمكانية بناء منشآت سياحية وخدمات في وقت قصير لأنها تحتاج إلى تجهيزات ومكائن ومواقع وأيدي عاملة مدربة وماهرة....

٣ ـ تأثر السوق السياحية بالموسمية : تتأثر الأسواق السياحية بالموسمية إذ يوجد ما يطلق عليه موسم الذروة (Peak Season) وهو موسم الطلب السياحي وازدياد السواح والذي يوفر أفضل فرص تسويقية وتشغيلية وكذلك نسبة إشغال عالية . وموسم الكساد (Off Season) والذي ينخفض فيه الطلب السياحي وقد ينعدم نهائياً وموسم وسط (Shoulder Season) الذي يتذبذب فيه الطلب من يوم إلى يوم أخر. ماعدا بعض مناطق معينة في العالم إذ يكون الجو فيها معتدلاً على مدار السنة ولا يتأثر بالموسمية . كما في جزر الهاواي وبعض جزر البحر الكاريبي .

٤ ـ تعدد وجهات الإنتاج : بسبب كون السياحة صناعة متداخلة ومركبة وتحتوي على العديد من الخدمات والتي يعتبر بعضها صناعة كبيرة ومستقلة بحد ذاتها مثل الفنادق، النقل .... الخ . وكل عنصر فيها يقدم من قبل منتج مستقل، فإن هذا يخلق تحدي إضافي فيما يتعلق بإقناع أو إشباع المستهلك بالمنتوج السياحي المتكامل الذي يعتبر بحد ذاته محصلة لمجموعة الخدمات وهذا يتطلب درجة عالية من التنسيق في عرض وتقديم المنتوج السياحي الكلي.

٥ ـ **تبـاين قطاعـات السـوق السـياحي** : تختلـف دوافـع ورغبـات السـواح وتوقعـاتهم بدرجة كـبيرة وكـذلك التبـاين في مسـتويات الـدخل بالنسـبة للسـواح وهـذا يـؤدي إلى صـعوبة التـأثير فيهم وإقنـاعهم بشـكل جمـاعي كـل علـى حـدة فيمـا يتعلـق بـالمنتوج المطلوب من قبل كل مجموعة ومستويات الخدمة والأسعار

٦ ـ **المرونـة العاليـة للطلـب السـياحي**: فيمـا يتعلـق بـالظروف الاقتصـادية والقـوة الشـرائية وكـذلك بالعوامل السياحية والاقتصادية والاجتماعية .

سادساً- مكونات المنتوج السياحي:

١- عناصر الجذب السياحي.

٢-التجهيزات.

٣- سهولة الوصول.

سابعاً ـ دورة حياة المنتوج السياحي : Product Life Cycle

يعّـد مفهـوم دورة حيـاة المنـتج (Product Life Cycle) مـن الأفكـار الشائعة في أدبيات التسويق السياحي . وباختصار شديد ، يقوم هذا المفهوم على فائـدة تقـول أن المنتجـات(سـلعة ، خدمة ، فكـرة...) تمـر مـن خـلال عـدة مراحـل عـبر الـزمن . وهذه المراحل هي[1]:

١ـ مرحلة التقدم (النمو المبكر) Introduction

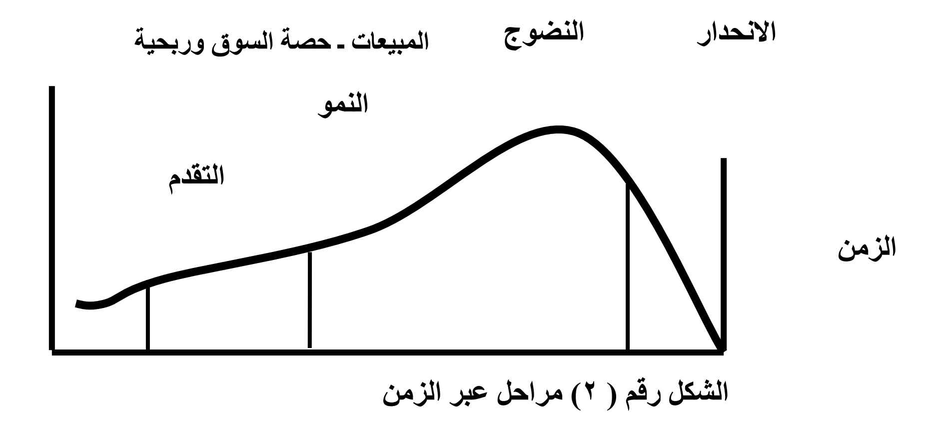
٢ـ مرحلة النمو السريع Growth

٣ـ مرحلة النضوج Maturity

٤ـ مرحلة التدهور Decline

ويمكـن توضيح هذه المراحل كما في الشكل التالي :

[1] ـ د. العلاق، بش عباس ـ د. الطائي، يد عبد الن ـ ١٩٩٩ ـ تسويق ا دمات ـ مدخل استراتيجي ـ وظيفي ـ تطبيقي . دار وهران ، ط١ . ص ١٠٣ ـ ١٠٤



الشكل رقم (٢) مراحل عبر الزمن

وسنحاول بإيجاز تسليط الضوء وعلى كل مرحلة من هذه المراحل :

١ـ مرحلة التقدم (النمو المبكر) : Introduction في هذه المرحلة تكون الخدمة السياحية في تطور مستمر وتصبح متيسرة للمستفيدين منها . وفي هذه المرحلة يبدأ المواطنون بمشاهدة صورة هذا المكان لأول مرة.

وتتصف هذه المرحلة بانخفاض حجم المبيعات بسبب جهل السواح بالمكان السياحي الجديد. والأهم في هذه المرحلة أن يتعرف السواح على هذه السلعة (المكان السياحي) من حيث شكلها ومزاياها واستخداماتها وأماكن بيعها وغير ذلك .

٢ـ مرحلة النمو السريع : Growth

في هذه المرحلة يبدأ هذا المكان السياحي ويصبح مشهوراً أو معروفاً بسبب إقبال السواح على هذا المكان وتبدأ الأرباح بالصعود السريع كذلك حصة السوق من السواح والبيع تزداد بصورة بسريعة . وتبدأ الخدمات بالتوسع أكثر وتتنوع من ذلك (إدخال تحسينات على جودة السلعة وإضافة مواصفات جديدة وتطورها ، الدخول إلى أجزاء أخرى من السوق، ويستخدم الإعلان التنافسي لترويج السلعة (المكان) بهدف ترسيخ القناعة لدى السواح .

وتبدأ الأسعار بالاستقرار وكذلك الخدمات، وتبدأ الإعلانات والترويج بالازدياد.

٣. مرحلة النضوج : **Maturity**

وهي من أطول مراحل دورة حياة المنتوج . كما تعتبر من أهم المراحل بالنسبة لعناصر المزيج التسويقي. إن رجال التسويق يهدفون إلى الوصول إلى هذه المرحلة بأسرع وقت ويحاولون البقاء فيها أطول فترة ممكنة.

حيث في منتصف هذه المرحلة تبدأ الأرباح بالانخفاض وكذلك البيع وأيضاً حصة السوق تبدأ بالانخفاض. في يومنا الحالي أكثر الأماكن السياحية المعروفة وصلت إلى مرحلة النضوج.

وفي هذه المرحلة تزداد المنافسة حيث تبلغ ذروتها وبالتالي تصبح مؤثرة وفعالة وشديدة .وكذلك تزداد في هذه المرحلة الإعلانات والترويج لغرض المحافظة على السوق والتغلب على المنافسة وتخفيض الأسعار . بمعنى أخر تستخدم المنشأة الإعلان التذكري للترويج عن السلعة ، مع استخدام عناصر الترويج الأخرى مثل تنشيط المبيعات (حصة السوق) باستخدام الإضافات المجانية والمسابقات والجوائز . ولهذا نرى أن الأرباح تنخفض في هذه المرحلة .

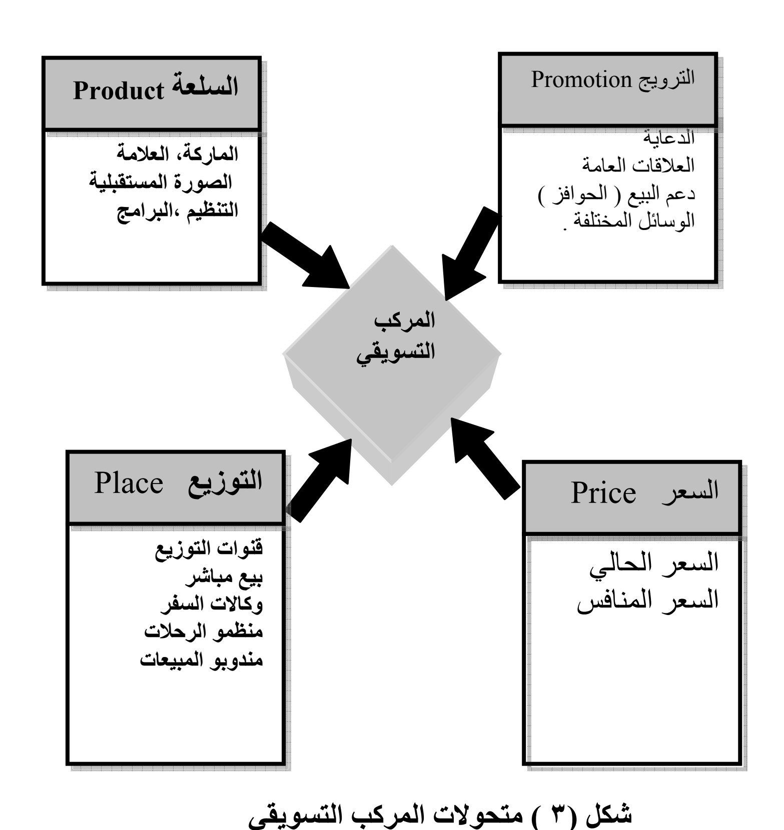
٤. مرحلة التدهور : **Decline**

في هذه المرحلة تبدأ الأرباح بالهبوط السريع وتقل حصة السوق وتقل المبيعات وإذا استمرت هذه الحالة لفترة طويلة نرى أن المنطقة تنتهي نهائياً أي سوف لا يزورها أي سائح إلاّ إذا تم صرف مبالغ كبيرة على الإعلان والترويج وتحسين الخدمات وإعطاء فكرة جديدة عن المكان لغرض تغيير أذواق السواح.

ثامناً. مفهوم المزيج التسويقي. مكوناته:

إن مركب التسويق (المزيج التسويقي) يعّد واحداً من أبرز وأهم العناصر التي تؤلف إي إستراتيجية تسويقية ويرى (P. Kotler) أن المزيج التسويقي هو تسويق نفسه أو بشكل أدق، فإن المزيج التسويقي يمثل على أرض الواقع الإستراتيجية الشاملة (Total Marking Strategy) التي ترسمها الإدارة العليا للمشروع (Top Management) . ويعرف المزيج التسويقي (مركب التسويق) بـ **4 ps** وهي مكونات أربعة :

١. المنتج Product
٢. السعر Price
٣. التوزيع Place
٤. الترويج Promotion



شكل (٣) متحولات المركب التسويقي

وينظر عادة إلى كل عنصر من عناصر المزيج التسويقي على أنه مزيج في حد ذاته.

وبناءً عليه فإن هناك:

١- المزيج السلعي (product Mix): ويتكون من عناصر كثيرة منها: كالماركة التجارية، النموذج، اللون، الحجم، التصميم، الجودة، الغلاف، العبوة، الضمان الممنوح، ثم الخدمة المصاحبة.

٢- المـزيج السـعري (Price Mix) ويتكـون مـن: السـعر الأساسـي وخصـم الكمية والخصومات التجارية المختلفة والائتمان الممنوح.

٣- المزيج المكاني (Place Mix)والذي يعبر عن النشاط التوزيعي وما ينطوي عليه من عمليات فرعية كالنقل المادي للسلع أو الخدمات ، التخزين،تجارة الجملة، تجارة التجزئة.

٤- المـزيج الترويجـي (Promotion Mix) والـذي يتكـون مـن مجموعـة مـن الأساليب التي تستخدم في سلوكه الشرائي.

ومن هذه الأساليب :

الإعلان "الدعاية"، البيـع الشخصـي ، العلاقـات العامـة وأخـيرا وسـائل التنشـيط للمبيعات (معارض وأنشطة أخرى) ومن هذه الأساليب مـا يمثـل أنشـطة ذات مضـمون اتصالي إقناعي، على الرغم من اختلاف ما يروج له من خلالها .

هذا ويمكننا من خلال مركب التسـويق تخصـيص ميزانيـة التسـويق وتحديـد مفرداتها، كما يشكل الأساس الذي تقوم عليه إستراتيجية خطة التسويق .

وتلك الإستراتيجية تتضمن عوامل عديدة تـؤثر علـى جهـود التسـويق في الصـناعة السياحية **وأبرز تلك العوامل :**

١ـ **التوقيت** : وهي اعتبارات تتضمن معرفة مواعيد العطل، دورة المدارس السنوية (عطلة العائلات)، قمة الموسم، خارج الموسم، دورات العمل .

٢ـ **سمـات السـلعة** : الأسمـاء، العلامـات التجاريـة ، العنـوان التجـاري، الشـهرة، وباقي الدلائل التي تعرف المستهلك بالسلعة أو الخدمة والبائع .

٣ـ **الحقيبـة** : وهـي مجموعـة الخـدمات مـن صـفقة واحـدة، مثـل النقـل والإقامـة والأنشطة، فيمكـن بيعهـا معـاً أو بشـكل منفصـل "الخطـط العائليـة أو الافراديـة لهـا شكل أخر من الحقائب".

٤ـ **التسعير**: تؤثر الأسعار على حجم المبيعـات وتـؤثر علـى التصـور عـن السـلعة، لا سيما وأنه توجد خيارات سعريه عديدة لدى البائع الواحد حسب فئات السوق .

٥. **أقنية التوزيع** : لكي نجعل السلعة مقبولة لدى المستهلك يجب أن نختار أقنية التوزيع المناسبة مثل البيع المباشر، وكالات السفر للمفرق، بائع الجملة، منظمو الرحلات....وغيرها .

٦. **السلعة** : الخواص العديدة للسلعة تساعد على تحديد قيمتها أمام المنافسة .

٧. **الصورة** : تصور المستهلك عن السلعة يعتمد على الشائع حولها من مصادر عديدة.

٨. **الدعاية** : تكاليف الدعاية للسلعة أو الخدمة عالية، لذا يجب معرفة متى وأين وكيف تنفذ الدعاية .

٩. **العلاقات العامة** : العلاقات الجيدة مع أطراف العمل عنصر هام وأهمهم : الفعاليات الأخرى، الزوار، المجتمع، المستخدمون .

١٠. **البيع** : مجالات البيع الداخلية لا تقل أهمية عن البيع الخارجي وكل مجالات البيع يجب أن تتحقق. ومركب السوق يتبلور في عملية مزج تلك العناصر المختلفة بحيث تتركز في أربعة مكونات رئيسة كما يتضح من المخطط السابق.

المبحث السادس
الترويج السياحي

- مفهوم الترويج : **Promotion**
- عناصر الترويج السياحي
- العوامل التي تؤثر على المزيج الترويجي
  1) ميزانية الترويج
  2) طبيعة السوق
  3) طبيعة المنتج
- دورة حياة المنتج
- المزيج الترويجي السياحي وعناصره
- مقومات نجاح الترويج والتسويق السياحي

المبحث السادس
الترويج السياحي
Promotion Tourism

١. مفهوم الترويج: Promotion

إن كلمة الترويج باللغة العربية تعنى، روج : راج ـ رواجا : نفق . وروجته ترويجاً : نفقته . إذن كلمة ترويج تعني تنفيق الشيء، وحتى ينفق هذا الشيء لا بد من الاتصال بالآخرين وتعريف الناس بالسلع والخدمات والأفكار التي يمتلكها بائع السلعة أو مورد الخدمة أو صاحب الفكرة .

والترويج ، هو أحد عناصر المزيج (مركب التسويق)(Marketing Mix)، وهو يتأثر بالقرارات المتعلقة بالسلعة، السعر، والتوزيع[١] .

توجد **تعاريف متعددة للترويج** تعبر عن التطور الفكري للنظر إليه من خلال الكتاب و المهتمين، **نبرز أهمها فيما يلي** :

- عرف **محمد عبد الكريم الجواهر** الترويج بأنه " تقنية الاتصال بين البائع / أو رجل التسويق / والمستهلك بحيث تساعد هذه التقنية على إيصال المعلومات اللازمة وتسهيل بيع السلعة أو الخدمة أو تسهيل قبول فكرة معينة".
- **كما عرف صلاح الدين خربوطلي** الترويج " بأنه اتصالات أساسية بهدف تغيير سلوك المستهلك خاصة في مجال سلعة سياحية " . مثل تذكرة سفر جوي أو إقامة بفندق أو وجبات طعام أو جولات سياحية، أو كلها في برنامج شامل، وقبل القيام بأي جهد ترويجي يجب تحديد الأهداف بدقة بحيث تكون : أهداف فعالة ، مقدّرة كمياً، قابلة للقياس، مبرمجة زمنياً ومالياً، ومن ثم معرفة الزبائن الحاليين

---

(١) د. العلاق، بشـ عباس و د. الطائي، يد عبد النـ ـ 1999 ـ تسويق ا دمات ـ مدخل اسـتراتيجي، وظيفي، تطبيق، دار وهران، عمان، ط1 .ص 329

وأين يتواجد الزبائن المحتملون، ثم تتم عملية تحضير المواد والرسائل الترويجية وأقنية الترويج[1] .

- **ويقول الدكتور توفيق محمد عبد المحسن في تعريف الترويج :**

" يقصد بالترويج مجموعة الجهود التسويقية المتعلقة بإمداد المستهلك بالمعلومات عن المزايا الخاصة بسلعة أو خدمة معينة وإثارة اهتمامه بها وإقناعه بقدرتها عن غيرها .من السلع والخدمات الأخرى على إشباع احتياجاته، وذلك بهدف دفعه إلى اتخاذ قرار بشرائها ثم في استعمالها في المستقبل ".

٢- عناصر الترويج السياحي:

وطبقاً لهذا المفهوم يمكن النظر إلى الترويج على أنه عملية اتصال بين البائع والمشتري تتكون من العناصر التالية :

١. **المرسل Sender** : وهو مصدر البيانات المطلوب نقلها إلى المستقبل وقد يكون هدفه "تعليمياً أو إرشاديا أو تذكيرياً أو اقناعياً".

٢. **تحويل الرسالة إلى رموز Encoding** .

٣. **الرسالة Message** : وهي المعاني المطلوب توصيلها إلى المستقبل .

٤. **قناة الاتصال Media** : وهي الوسائل التي تنقل عن طريقها المعاني المطلوب توصيلها إلى المستقبل .

٥. **ترجمة الرسالة Decoding** : وهي تتضمن المعطيات المتعلقة بترجمة الرسالة المطلوب توصيلها .

٦. **المستقبل Response** : وهو الطرف المطلوب أن تصل المعاني إليه .

٧. **الاستجابة Response** : وهي مجموعة التصرفات التي يتخذها المُرسل إليه بعد استقباله الرسالة .

٨. **تغذية مرتدة Feed back** : وهي درجة المعلومات التي تصل من المُستقبل إلى المُرسل .

---

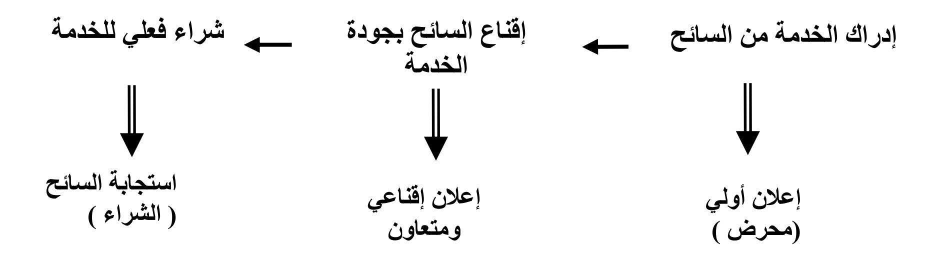
(١) خربوطلي، صلاح الدين ـ 2002 ـ السياحة صناعة العصر ـ ا رجع السابق .

ـ ففي اختيار مقصد من قبل قضاء عطلة أو إجازة فإنه كسائح يمر بعدة مراحل في عملية اتخاذ القرار وهي :

معرفة سابقة ـ معلومات ـ رغبة ـ تفضيل ـ اقتناع ـ اندفاع ـ شراء .

إذا ما هو الهدف من الترويج[1] ؟

الهدف من الترويج هو نقل السائح المحتمل من حالة عدم المعرفة بالخدمة إلى حالة الشراء الفعلي لها مرورا بحالة إدراك الخدمة وحالة الاقتناع بها ويمكن تمثيل هدف الترويج كما يلي :



٣ ـ العوامل التي تؤثر على المزيج الترويجي :

إن الترويج السياحي عامل مهم وأساس من عوامل النجاح السياحي، والبلدان المتقدمة سياحياً ، "هي التي عرفت كيف تروج لنفسها، وكيف ترصد المبالغ اللازمة لهذا العمل السياحي" . وتزداد أهمية الترويج مع تزايد المنافسة بين دول العالم، ومع الدعايات المضادة التي تتعرض لها هذه الدولة أو تلك بسبب حصول حوادث أمنية معينة[2] ".

ـ وهناك أربع عوامل رئيسية يجب أخذها في الاعتبار عند تصميم أي برنامج ترويجي وهي :

---

(١) د. رضوان ا مود العمر، ورقة عمل مقدمة إ ندوة ترويج وتنشيط النقل السككي، 2001 .

(٢) لة الاقتصاد والأعمال، " السياحة العربية الألفية الثالثة" ، ب وت، عدد خاص بالسياحة، أيـار/ (مـايو) ١٩٩٩م . ص ٧

١- ميزانية الترويج :

فكلما زادت الاعتمادات المخصصة للحملة الترويجية، كلما اتسعت قاعدة التعريف بالدولة السياحية في الأسواق السياحية الكبرى، وكان ذلك سبباً أساسيا من أسباب زيادة عدد السائحين إليها . ذلك لأن السياحة ـ شأنها في ذلك شأن سائر السلع والمنتجات، تحتاج إلى دعاية واسعة النطاق حتى يمكن لها إثبات وجودها في خضم المنافسة الدولية .

لهذا فإنه من الضروري أن تضاعف الاعتمادات المخصصة للعملة الترويجية نظراً للعائد المؤكد الذي يمكن تحقيقه نتيجة ذلك.

بعد تحديد حجم الميزانية يتم توزيعها وفق دراسات للأسواق المستهدفة والأنشطة التي ستنفذ بها ويكون التوزيع على **مستويين:**

A. **المستوى الأول : حسب أنشطة الترويج وتوزيع الموازنة :**

المعروف أن الترويج السياحي يتضمن **ثلاثة** أنشطة أساسية هي :

١) **الدعاية** : بكافة أشكالها ووسائلها ومضامينها وأجهزتها وقنواتها.

٢) **العلاقات السياحية** : وتشمل ثلاثة مستويات في العلاقات :

❖ **العلاقات الدولية الرسمية** سواء بين الدول باتفاقيات التعاون السياحي وبرامج تنفيذها، أو من خلال الاجتماعات وقرارات المنظمات الدولية واللجان الإقليمية.

❖ **العلاقات المهنية** بين الفعاليات السياحية الوطنية ومثيلاتها في الدول الأخرى.

❖ **العلاقات العامة** وتتمثل بالاتصالات والدعوات والاجتماعيات واللقاءات بهدف الترويج السياحي ويشمل استضافة الكتّاب والإعلاميين السياحيين ولائحة البريد.

٣) **الحوافز والتسهيلات** لدعم البيع وتشمل إجراءات السفر والمزايا التي تُمنح للأسواق السياحية (فئة متجانسة من السياح) بسبب استهدافها في سياسة الدولة السياحية.

- **الدعاية** : تشمل النشر ـ الإذاعة ـ التلفزيون ـ مواد الدعاية ـ (نشرات ـ صور ـ أفلام ـ ملصقات ـ CD...)
- **العلاقات** :تضم الاستضافة ـ دعوات الصحفيين ورجالات السياحية ـ الاتصالات المباشرة وبالبريد ـ الاتفاقيات ....)
- **الأنشطة** :تضم معارض تجارية وسياحية ـ ندوات ـ لقاءات ـ مهرجانات ـ عروض فلكلورية ـ مسرح ....
- **الاستعلامات**: تضم معلومات مباشرة ـ معلومات إلكترونية ـ لوحات إرشادية ـ تعليمات قبل السفر ....
- **البحوث الترويجية** : جمع وتحليل المعلومات عن الأسواق السياحية والإجراءات والرسوم وصورة البلد المسبقة في الأسواق السياحية والأسواق المحلية والمتاحة وأسلوب تقييم نتائج الترويج وتطوره وتنظيم وإعداد رسائل الترويج بالتعاون مع الفنيين ووكالات الدعاية والترويج.

B. المستوى الثاني حسب الأسواق : أي تخصيص حجم الاعتماد المناسب لكل سوق ثم يتم دمج التوزيعين A و B بشكل تظهر فيه جداول ميزانية الترويج وتوزيع اعتمادات كل نشاط في كل سوق مستهدف.

- **شكل الرسالة ومضمونها:**

في نظرية الاتصالات التي هي محور الترويج يوجد أربعة عناصر هي : المرسل ـ الرسالة ـ الوسائل والاقنية ـ المرسل إليه . وللرسالة الترويجية خصائص تتعلق بالتالي :

١. **المضمون** : ماذا نريد أن نقول؟ يجب أ ن يكون مناسباً لعقلية وحاجات المخاطب نصاً وصورة دون مبالغة .

٢. **الشكل** : كيف نريد أن نقول ؟ أي بالوسائل والمواد والأساليب المستخدمة بالإضافة إلى التصميم والوضوح .

٣. **التوقيت** : متى يجب أن نقول ؟ قبل الموسم، أثنائه، بشكل مستمر .. والفترة والبرنامج الزمني للعمل .

٤. **الهدف** : أين يجب أن نقول ؟ وهو المكان أي السوق المستهدف سواء كان بلداً أو فئة من السياح أو نمطاً من السوق .

٢- طبيعة السوق[١] :

فإن اتخاذ قرار يتعلق بالترويج سوف يتأثر بطبيعة السوق الذي تعمل فيه الشركات وأن هذا التأثير قد يأخذ أحد الأشكال التالية :

أ- **النطاق الجغرافي للسوق** : حيث أن البيع الشخصي يكون مناسباً للسوق المحلي المحدود .لكن باتساع السوق جغرافيا يصبح للإعلان دور هام في تغطية معظم أجزاء السوق.

ب- **نوع المستهلك** : إن الحملة الترويجية الموجهة إلى تجار التجزئة سوف تتضمن عدداً أكبر من رجال البيع مقارنة بأي برنامج ترويجي موجه إلى ربات البيوت ، وفي بعض الأحيان نجد أن الوسطاء قد يؤثرون إلى حد كبير على إستراتيجية الترويج للمنتج، فمتاجر التجزئة قد ترفض القيام بتخزين المنتج إن لم توافق الجهة المنظمة على القيام بالإعلان .

ت- **درجة التركيز في السوق** : إن عدد المشترين الكلي في سوق معينة يعتبر عامل أخر من العوامل المؤثرة على إستراتيجية الترويج. فإذا كان العدد المرتقب لمجموعة المشترين قليلاً كان هناك حاجة إلى استخدام البيع الشخصي مقارنة بالإعلان .

٣- طبيعة المنتج :

الشركات التي تقوم بتسويق السلع الميسرة سوف تعتمد بكثافة على الإعلان، أما إذا كان المنتج الخاص بجمهور معين فالبيع المباشر أكثر تأثيراً.

٤ـ دورة حياة المنتج :

وتتأثر الإستراتيجية الترويجية بالمرحلة التي يقع فيها المنتج خلال دورة حياته وتشمل دورة حياة أي منتج ما يلي :

- ♦ **مرحلة البدء .**
- ♦ **مرحلة النمو .**

---

(١) مسلم،تغريد أ د،التسويق السياحي فن الاتصال والتفاوض،٢٠٠٤، دار النم ، دمشق،ط١،ص٦٥.

♦ مرحلة النضج .

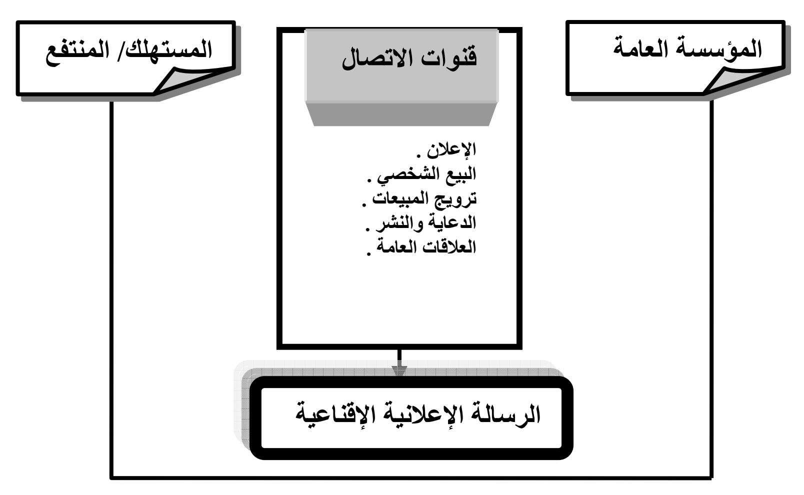
♦ مرحلة التدهور .

٥ ـ المنافسة :

بوجود منافسة لا بد من اللجوء إلى الإعلان .

٥- المزيج الترويجي السياحي وعناصره (Promotion – mix) :

❖فالمزيج الترويجي شأنه كما المزيج التسويقي[١]، ويشمل على مجموعة من المكونات والعناصر التي تتوازن وتتنافس بطريقة فعالة لتحقيق الأهداف الترويجية الموضوعة. **وتتمثل أهم مكونات الشبكة الترويجية من العناصر التالية التي يوضحها الشكل/ ٣٣/.**



شكل رقم /١/ عناصر الشبكة الترويجية

إذ يتضح أن البرنامج السياحي وما يتضمنه من خدمات، يحتاج بشكل دائم إلى عملية تطوير وخاصة في الخدمات التي تقدم لكي تصبح أكثر مناسبة لقدرات السائح، وأكثر إشباعا لاحتياجاته ورغباته، فضلاً عما يتيحه للمنشاة السياحة من إمكانيات المنافسة في السوق السياحي.

---

(١) د. العلاق، بشير عباس ـ ١٩٩٩ ـ . المرجع السابق ، ص ٣٣١ .

٦- مقومات نجاح الترويج والتسويق السياحي

أصبح يقيناً أن السياحة هي الباب المفتوح أمام تقدم الأمم ، وأنها المجال المتجدد والأكثر حيوية والذي يمكن أن يصبح المصدر الأول للقطع الأجنبي في الدول النامية ومنها العربية.

وبالتالي فإن تحقيق نهضة شاملة للشعوب والمجتمعات في الدول النامية بشكل عام والعربية بشكل خاص وزيادة دخول أفرادها وتحسين مستواها وتطوير اقتصاداتها وتحديثها وتحديث الهياكل الإنتاجية ، مرهون بالمقام الأول بإدراك أهمية الترويج والتسويق " **promotion and Marketing**" السياحي لكونه المدخل العلمي من أجل تحقيق نهضة سياحية واثبة تعمل كأنها الحصان الذي يجر وراءه عربة الاقتصاد الوطني " **Economic of National** " نحو التقدم والرفاهية.

وبالتالي فإن للسياحة تأثير قوي وفعال ومتغلغل في جميع الأنشطة الاقتصادية الأخرى، سواء أكانت أنشطة صناعية ، أم زراعية ، أم تعدينية استخراجية ، أم أنشطة خدمات متصلة مباشرة بالنشاط السياحي، مثل النقل والمواصلات البحرية والجوية والبرية ، أو الفنادق والمطاعم، أو الموانئ والمطارات أو البنوك والمصارف أو التأمين أو غير مباشر عن طريق نظام الإنتاج والتشغيل الخاص بالقطاعات الاقتصادية الأخرى.

ومن أجل النجاح في عملية الترويج والتسويق السياحي باتجاه البلد فإنها يجب أن تتكامل وتدار بإتقان وتشكل عملاً واحداً يبدأ من الداخل، ويستمر ويمتد خارج البلد. فالوعي السياحي لدى المواطن وعملية استقبال السائح عند الحدود ، ووسائل الاتصال معه في بلده وتنظيم وتسهيل تحقيق قراره بالتوجه للبلد ، كلها تصب في عملية واحدة ، فلا يجب أن نصف البلد للسائح على أنه جنة ومهد الحضارات وشعب مضياف، وعندما يأتي تقابله في مركز الحدود مصاعب، ويجد في المنشآت السياحية خدمات متدنية ، ويذهب إلى المراكز الأثرية ويلاقيها قفراء دون خدمات متكاملة...ثم يقابل ويشاهد الناس فيرى معاملة خشنة وابتزاز...هذا التناقض يؤدي إلى نتائج عكسية فبدلاً من أن يرجع السائح إلى بلده مسرورا ويكون وسيلة

تساعد في الترويج والدعاية للبلد ، فإنه يصبح صوتاً مناهضاً ودعاية سوداء ضد البلد وتتعرض كل جهودنا في الترويج الخارجي إلى الضياع و الهدر وعدم الجدوى.

إن السياحة عملية اقتصادية تجارية منظمة تستخدم أحدث التقنيات وأكبر العقول من أجل تنشيطها.

هذا وإن العالم يتصارع بشكل نشط وخطير من أجل أسواق سياحية ، وهذا يعني أن السائح ليس تلك اللقمة السائغة السهلة المنال، بل على عكس ذلك، فهو يتعرض لعوامل تأثير وجذب ربما تفوق في أحيان كثيرة الصراع الذي يتم من أجل تسويق الإنتاجين الزراعي والصناعي.

المبحث السابع
التنمية السياحية ومكوناتها

- مفهوم التنمية السياحية
- عناصر التنمية السياحية
- ما الهدف من التنمية السياحة
- مراحل التنمية السياحية

المبحث السابع
التنمية السياحية ومكوناتها
Development Of Tourism

تمهيد:

تكتسب التنمية السياحية أهمية متزايدة نظراً لدورها الهام والبارز الذي تلعبه في نمو اقتصاديات معظم دول العالم، كونها تؤمن موارد مالية إضافية للسكان وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات، فهي تتمثل في الصادرات الهامة غير المنظورة وعنصراً أساسياً من عناصر النشاط الاقتصادي، وترتبط بالتنمية ارتباطاً كبيراً، وتعمل على حل بعض المشكلات الاقتصادية التي تواجهها تلك الدول ومنها على سبيل المثال مشكلة البطالة التي تعمل التنمية السياحية على تخفيف حدة نسبة تفاقمها وذلك بقدرتها على خلق فرص عمل جديدة، علاوة على دورها في تطوير المناطق والمدن التي تتمتع بإمكانات سياحية من خلال توفير مرافق البنية الأساسية والتسهيلات اللازمة لخدمة السائحين والمواطنين على السواء، ويترتب على التنمية السياحية مجموعة من التأثيرات التنموية الاقتصادية والاجتماعية الثقافية والبيئية والسياسية في المقصد السياحي(الدول المستقبلة) .

١- مفهوم التنمية السياحية:

يرى عبد الرحمن سليم [(١)] أن " التنمية السياحية تأخذ طابع التصنيع المتكامل والذي يعني إقامة وتشييد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاج إليها السائح أثناء إقامته بها وبالشكل الذي يتلاءم مع القدرات المالية للفئات المختلفة من السائحين"

كما تعّرف التنمية السياحة على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة.

---

(١) أ. عبد الر ن سليم، لة البحوث السياحية، العدد٧،ص١٥٠.

وتشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة.

وتأخذ التنمية السياحية أشكالاً عديدة تختلف من منطقة إلى أخرى. فهناك المنتجعات الجبلية والساحلية ومناطق الينابيع الحارة، وهناك المدن الكبيرة مثل: "طوكيو وباريس". إن بناء مدن الترفيه وافتتاح المتنزهات الوطنية أمام الجمهور هي أشكال مختلفة للتنمية السياحية، كذلك فإن بناء المطاعم والفنادق والمطارات والطرق لأغراض خدمة السياح وحركة السفر بشكل كلي أو جزئي هي أيضاً أشكال أخرى للتنمية السياحة ويمكن أنّ تعد وتنافس بطرق ومقاييس ومعدلات مختلفة .

وعلى الرغم من المفاهيم المختلفة للتنمية السياحية إلا أن التنمية السياحية تظل في أساسها جزء لا يتجزأ من التنمية الاقتصادية.

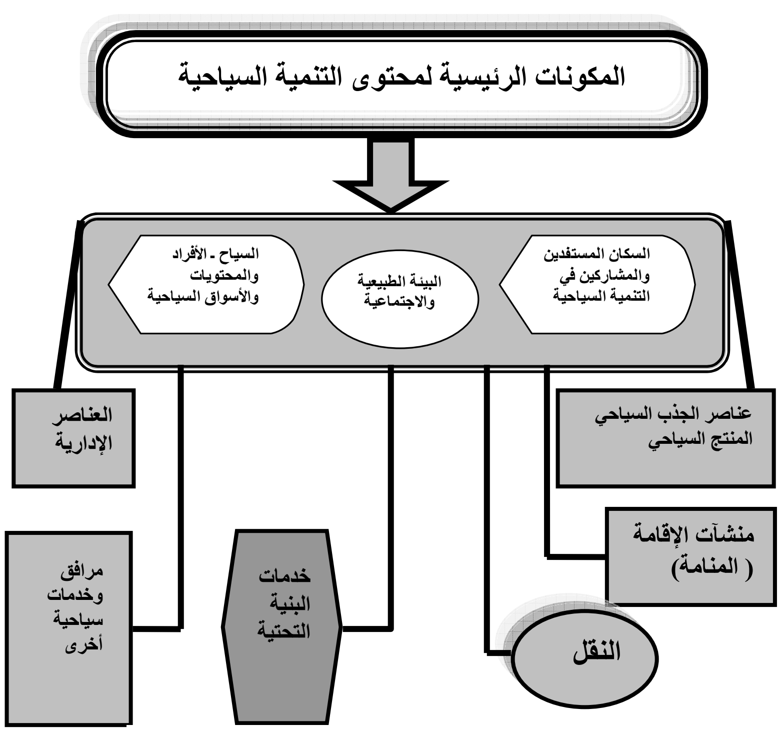
٢- عناصر التنمية السياحية :

تتكون التنمية السياحية من عناصر عدة أهمها[1] :

- عناصر الجذب السياحي Attraction وهذه تشمل العناصر الطبيعية Natural Features مثل : أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان man- made- objects، كالمتنزهات والمعطيات الأثرية التاريخية
- النقل Transport بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي.
- أماكن النوم Accommodation سواء التجاري منها Commercial كالفنادق والموتيلات أو أماكن النوم الخاص مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار
- التسهيلات المساندة Supporting Facilities بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك ....

(١) د. غنيم، عثمان محمد ـ التخطيط السياحي والتنمية السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع . ص ٥٣ – ٥٤ .

• خدمات البنية التحتية Infrastructure كالمياه والمجاري والكهرباء والاتصالات .



الشكل رقم (١) المكونات الرئيسية لمحتوي التنمية

٣- ما الهدف من التنمية السياحية[١] ؟

تهدف تنمية الصناعة السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية. وإن أول محور في عملية التنمية هي الإنسان الذي يعد أداتها الرئيسية. لهذا إن الدولة مطالبة بالسعي إلى توفير كل ما من شأنه إبقاء القدرات البدنية والعقلية والنفسية لهذا الإنسان على أكمل وجه .

(١) د. عبد القادر، مصطفى،٢٠٠٣، دور الإعلان التسويق السياحي، د للنشر والتوزيع، ط١ ، بـ وت ـ ص ١٩٧ .

إن التنمية السياحية تبدأ مع تقدير الإنسان لأهمية السياحة، وللفوائد التي يجنيها على كافة المستويات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

أما أبرز مشاكل التنمية السياحية فتتمثل في عدم القدرة على استخدام واستغلال الطبيعة والمواقع السياحية في عملية التنمية، إذ من المفترض، أن تركز جهود التنمية السياحية على المنتج السياحي بحد ذاته، كي تملي عليه صفة متميزة عن غيره، ليستطيع التسويق السياحي الدخول به إلى الأسواق السياحية العالمية. وتستطيع برامج أي تنمية سياحية بلوغ نتائج مهمة، عندما تضع العلم في خدمة التنمية عبر الاستفادة من تقنيات الجذب السياحي.

إن عملية تنمية وتطوير السياحة تكون " بجرد المصادر التي يمكن استخدامها في الصناعة السياحية وتقويمها بشكل علمي بل وإيجاد مناطق جديدة قد تكون صناعية تجذب إليها السائحين مثل القرى السياحية أو الأماكن المبنية خصيصاً للسياحة، والتقويم هنا ليس مجرد تخمين نظري، وإنما تقويم مقارن مع المنتجات السياحية للدول المنافسة واعتماده على اتجاهات وخصائص الطلب السياحي العالمي والذي يعد الأساس في تحديد وإيجاد البنية التحتية والقومية للسياحة[1] " عبر تشجيع الاستثمار السياحي وتسهيل عمل شركات الاستثمار من خلال تخفيض الضرائب والإجراءات الجمركية على الأجهزة والمعدات اللازمة لمشاريعها.

إن تنمية النشاط السياحي بحاجة إلى تعاون كافة العناصر والإمكانيات والجهود العاملة في الحقل السياحي، لأن السياحة قطاع اقتصادي يضم مرافق عديدة ونشاطات اقتصادية مختلفة.

لذلك فإن أي تخطيط للتنمية السياحية يجب أن يهدف إلى وضع برامج من أجل استخدام الأماكن والمناطق والمواد سياحياً، ثم تطويرها وصبغها بالجمال لتكون مراكز سياحية ممتازة تجذب الناظرين إليها سواء أكان مباشرة أو عبر الإعلان السياحي أو غيره من مزيج الاتصال التسويقي.

---

(١) توفيق، ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار وهران عمان ، ص ١٩٨ .

إن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات لا بد من مراعاتها وهي[1] :

١. تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب .

٢. المحافظة على حقيقة المواقع السياحية ، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد يعتمد على المناخ أو الطبيعية أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.

٣. تجنب تكرار المنتج السياحي والسعي إلى تنويعه ومن ثم توفير الخدمات اللازمة له .

٤. الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها لتتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي .

٥. إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة وفيما إذا كان الاستثمار سيدر أرباحاً أم لا .

٦. دعم الدولة للقطاع السياحي، عبر معاونة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية ويكون ذلك عبر خطة إعلانية تسويقية للسياحة في البلد السياحي.

٧. ترافق خطة التنمية السياحية مع خطة اقتصادية لتحقيق نمو متوازن في القطاعات الأخرى الزراعية والصناعية والاجتماعية وليس مجرد الاهتمام بالسياحة فقط .

٨. تحديد المشاكل التي قد تعترض تنمية الصناعة السياحية ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين .

٩. دراسة السوق السياحي المحلية ، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين وما هي تفضيلاتهم للسعي إلى تأمينها قدر الأماكن .

١٠. توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل مستوى من مستويات الدخل، ولكل نماذج الرغبات، خاصة المناسبة منها لذوي الدخل المحددة ، فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء[1] .

---

(١) د. عبد القادر، مصطفى، دور الإعلان التسويق السياحي، مرجع سابق ـ ص ١٩٩ .

١١. تؤدي النظافة والخدمات السياحية دوراً مهماً في تطوير التنمية السياحة، فحين يتم السهر على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي، تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.

١٢. تهدف التنمية السياحية إلى نيل زيادة متوازنة ومستمرة من الموارد السياحية، إضافة إلى ترشيد وتعميق درجة الإنتاجية في قطاع السياحة.

١٣. تتطلب التنمية السياحية تنسيق السياسات المختلفة داخل البلد السياحي لارتباط السياحة بأنشطة أخرى مثل النقل والجمارك والتجارة والخدمات بصفة عامة[٢].

٤- مراحل التنمية السياحية[٣]:

تناولت دراسات عديد مراحل التنمية السياحية، من أهمها ما يلي:

١- **نموذج ميوسك Miossec** :تنقسم مراحل التنمية وفق هذا النموذج إلى:

أ- **مرحلة الاكتشاف** : حيث يتم اكتشاف القدرات السياحية للمنطقة السياحية.

ب- **مرحلة النمو**: وفيها يبدأ تطوير الموارد السياحية للمنطقة بشكل تدريجي.

ت- **مرحلة الانطلاق**: وفيها تأخذ الدولة بمبدأ التخطيط والتوسع السياحي.

ث- **مرحلة النضوج**: حيث تظهر المنطقة على الخريطة السياحية وفي تلك المرحلة يتكامل النشاط السياحي في المنطقة من خلال توافر عناصر الجذب السياحي والتسهيلات.

وقد حدد ميوسك تلك المراحل بناءً على دراسات لمناطق سياحية متعددة أهمها منطقة بروفنس **Province** ومنطقة لانغو دو **Langue do**

---

(١) شروح، صلاح الدين، " السياحة علم ومن وثقافية " لة ا يل، ب وت ا لد ٢٠، العدد١١ ، تشرين الثـا ١٩٩٩ ، ص ٣٨.

(٢) د. غنيم، عثمان مد ـ التخطيط السياحي والتنمية السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع . ص ٦٠.

3 -Douglas Pearce. Tourist Development. 2 end., New York: Longman,1989.P.8.

ويؤخذ على هذا النموذج عدم اهتمامه بالجانب الاجتماعي المصاحب للنمو السياحي والذي قد يستلزم وجود مرحلة تتناول التكيف الاجتماعي للمنطقة السياحية. كذلك يؤخذ عليه توقفه عند مرحلة النضج السياحي وعدم تحليله لأية عوامل سلبية قد تؤدي إلى عدم استمرار النمو.

٢- عوامل بتلرButler(1980):

حدد هذا النموذج ست مراحل للتنمية:

أ-الاكتشاف Exploration

ب-المشاركة Involvement

ج-التطور Development

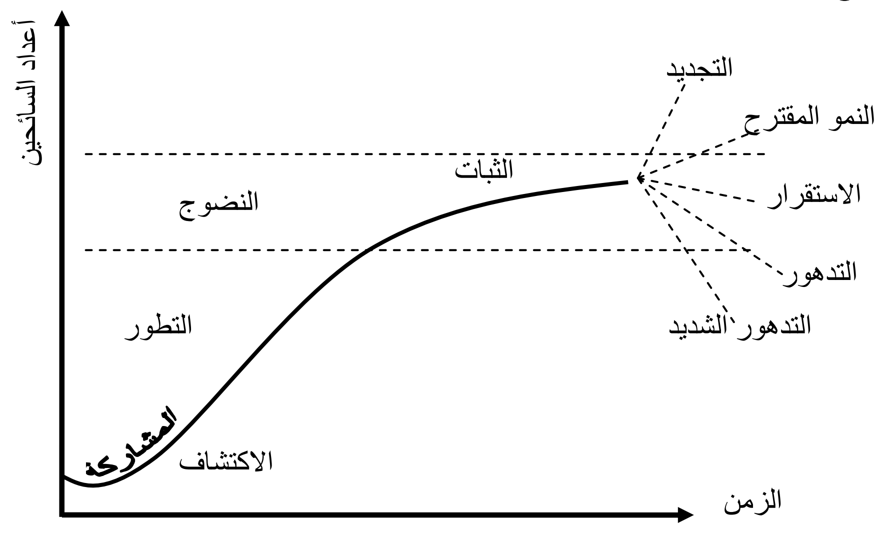
د-النضوج Consolidation

هـ-الثبات أو الركود Stagnation or Decline

و-التجديد Innovation

ويوضح الشكل(٢) هذه المراحل:

نموذج بتلر لمراحل التنمية



وتتشابه مراحل التنمية السياحية وفق نموذج بلتر مع دورة حياة المنتج، فالمرحلة الأولى تبدأ باكتشاف مجموعة من السائحين لمنطقة سياحية جديدة، ومع تزايد

إقبال السائحين على المنطقة تبدأ مرحلة المشاركة وتظهر مجموعة من الخدمات والتسهيلات، ثم بعد ذلك تبدأ مرحلة الإطلاق حيث يتم توفير الخدمات والتسهيلات بشكل مكثف للسائحين لخدمة أعدادهم المتزايدة ويطلق على هذه المرحلة مرحلة النمو ،وتعتبر أخطر المراحل من حيث تأثير السياحة على المنطقة وخاصة التأثير البيئي وما يمكن أن ينتج عنه من تدمير لعناصر الجذب السياحي بالمنطقة سواء كانت طبيعية أو من صنع الإنسان، أو أن يصيب التدهور المرافق الأساسية أو السياحية.

وإذا استمر النمو مع تحقيق مبدأ التوازن تصل المنطقة لمرحلة النضوج، ويلي هذه المرحلة مرحلة التجمد ، وهي المرحلة التي لا تشهد فيها المنطقة أعداداً متزايدة من السائحين، حيث يتوقف النمو والتدفق السياحي إليها عند حد معين لا يزيد عنه.

وفي هذا النموذج هناك احتمال لما أسماه مرحلة الانحدار وهذا ما أغفله نموذج ميوسك وتبدأ حينما تدخل المنطقة في مرحلة التدهور أو الانحدار نتيجة لتوجه السائحين إلى مناطق سياحية منافسة يتوافر فيها كافة المقومات السياحية التي تشبع رغباتهم، ودوافعهم ومع ذلك قد يظهر اتجاه أخر نحو التجديد في هذه المرحلة بمعنى أن تقوم بالمنطقة تنمية سياحية جديدة تعتمد على مقومات سياحية جديدة تشبع الحاجات والرغبات المتجددة للسائحين.

وهكذا يلفت النموذج النظر إلى أن توافر سياسة تسويقية ناجحة، تمنع المنطقة من الوصول لمرحلة الانحدار، فالتعرف على السوق واحتياجاته يؤدي لإعادة اكتشاف وتجديد النشاط بالمنطقة السياحية.

وفي تحليل قام به Mortin and Uysal (1990) لمراحل التنمية السياحية السابقة نجد أن كل مرحلة يكون لها مستوى إشباع وطاقة مختلفة، بمعنى أنه – في مرحلة الاكتشاف يكون المجتمع متقبلا للنشاط السياحي، ولكن الطاقة السياحية من بنية أساسية وسياحية لا تستطيع استيعاب أعداد كبيرة من السائحين، بينما تتوافر التسهيلات والخدمات السياحية في مرحلة الثبات، إلا أن المشكلات الاجتماعية قد تؤدي إلى رفض السكان حينذاك للتنمية السياحية، مما يؤدي إلى

تدهورها. وهكذا أدخل هذا التحليل مفهوم نسبى للطاقة يأخذ في الاعتبار الجانب الاجتماعي في هذه المرحلة.

لذلك فالإدارة السليمة للنشاط السياحي في كافة مراحل التنمية يمكن أن تساعد على منع الوصول لمرحلة الانحدار، بل وتسمح للمنطقة في الدخول لمرحلة جديدة من التنمية المتوازنة والمتواصلة. [١]

---

(١) د.جليلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٦،ص٢١وما بعد.

المبحث الثامن
السياسة السياحية

- **مقدمة**

- مفهوم السياسة الاقتصادية والسياسة السياحية
- أهداف السياسة السياحية
- العوامل المؤثرة في السياسة السياحية
- مكونات السياسة السياحية الشاملة
- الأهداف القومية للسياحة
- وسائل السياسة السياحية

المبحث الثامن
السياسة السياحية
Policy Tourism

مقدمة:

وقد فهم هذا الاصطلاح(السياسة السياحية)(Policy Tourism) على أنه إطار العمل الأساسي للأجهزة الرسمية وغير الرسمية في الدولة للنهوض بالسياحة والتقدم بها لتحقيق الأهداف القومية المتوخاة منها كقطاع إنتاجي وخدمي هام . وبمعنى آخر أكثر تحديداً ، فإن السياسة السياحية هي السياسة التي تنتهجها مختلف أجهزة اتخاذ القرارات التي تعمل في إطار نظام اقتصادي واجتماعي معين . ولذلك فالسياسة السياحية تتطلب لوضعها : مختصين – مشرّعين – إداريين – تنفيذيين وفي مضمونها يجب مراعاة :

١- **دور السياحة في الاقتصاد** : وما أهمية السياحة بالنسبة لكل قطاع آخر .

٢- **قيادة التنمية السياحية** : وما هو نمط التنمية السياحية المناسب ، وأين ستتم التنمية .

٣- **إدارة السياحة** : بأي مستوى تمثل السياحة ضمن هيكل التنظيم الحكومي.

٤- دعم الدولة للسياحة : ما هي حدود الموارد العامة التي ستتوجه لدعم ونمو السياحة.

٥- **تأثيرات السياحة السلبية والإيجابية على المجتمع والثقافة والبيئة ، وكيف تُعرف ؟**

بعد هذا العرض يمكن تحديد وتعريف السياسة الاقتصادية والسياسة السياحية .

أولاً : مفهوم السياسة الاقتصادية والسياسة السياحية :

- **ماذا تعني السياسة الاقتصادية ؟**

وهي مجموعة من الأنشطة الاقتصادية المتحققة من قبل الدولة. وتحدث تأثيراً على وجهات مختلفة لتطوير المجتمع وقبل كل شيء على مستوى الإنتاج والعلاقات الإنتاجية . وبالتالي تنبع من المصلحة العامة للوطن والأمة وتختلف جذرياً في أنظمة الحكم المختلفة وأهدافها ووسائل الوصول إليها وتحقيقها .

- **أما السياسة السياحية :**

يعرف Goeldner السياسة السياحية:"على أنها حزمة من التعليمات والقواعد والأهداف والاستراتيجيات التي نشكل مجتمعةً إطاراً عاماً توجه فيه القرارات العامة والفردية مباشرة للتأثير على عملية التنمية السياحية والنشاطات السياحية في منطقة الهدف[1].

- **كما يمكننا تعريف السياسة السياحية على الشكل التالي :**

" مجموعة من القوانين والأنظمة والأنشطة ذات أشكال اجتماعية واقتصادية وثقافية وسياسية تتحقق من قبل أجهزة الدولة المختلفة والمؤسسات ذات العلاقة بهدف تنظيم كامل العمليات السياحية من " تنبؤ وتخطيط وتنظيم وإدارة " وتوفير الظروف لتطوير السياحة الداخلية **Enter Tourism** والخارجية external وتسويق الخدمات Services marketing والبضائع goods والموقع السياحية Locals Tourism) **ويضم هذا التعريف الموضوعات التالية :**

١- جوهر السياسة السياحية هو التأثير الواعي لتطوير السياحة من قبل الهيئات والمنظمات ذات الحقوق الكاملة في إصدار التشريعات والأنظمة والقوانين .

٢- أن السياحة أصبحت ضرورة اجتماعية ملحة في هذه المرحلة من التطور الإنساني والاجتماعي .

---

(١) د. غنيم، عثمان مد - التخطيط السياحي والتنمية السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع .ص٩٤.

وتتبع ضرورة وجود سياسة سياحية من الأمور التالية :

أ- اشتراك دول كثيرة في العرض السياحي واحترام حرب المنافسة في السوق السياحي الدولي.

ب- زيادة قوة الدور الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي للسياحة على الساحة الوطنية والعالمية .

ج- زيادة اهتمام الشعب بالسياحة نتيجة لارتفاع مستوى المعيشة للسكان والتطور العالمي الهائل لوسائل النقل ووجود عوامل مساعدة أخرى أدت إلى ضرورة وجود سياسة سياحية تقوم على أسس علمية واقتصادية مخططة .

ثانياً- أهداف السياسة السياحية[1]:

الهدف العام للسياسة السياحية هو تحقيق أقصى منفعة اقتصادية واجتماعية لكل الجهات المعنية بعملية التنمية السياحية وتقليل الآثار السالبة بأنواعها المختلفة لأدنى حد ممكن. لذلك تعتبر السياسة السياحية على درجة عالية من الأهمية لأنها تحدد المسار الذي يجب أن تسلكه عملية التنمية السياحية في منطقة ما للوصول للأهداف السياحية المنشودة والمرغوبة، وهي أيضاً مهمة لأنها تعمل على توفير مناخ ملائم للتعاون والتنسيق بين جميع الجهات ذات العلاقة بعملية التنمية، وبالشكل الذي يعمل في النهاية على نجاح عملية التنمية السياحية، وبشكل عام يمكن حصر أهمية السياسة السياحية في الجوانب التالية:

أ -أنها تحدد النشاطات والإجراءات المنشودة والمرغوبة.

ب- تحدد قواعد اللعبة التنموية أي المظلة التي يجب أن تعمل تحتها الجهات المعنية بعملية التنمية السياحية.

جـ تشكل المرشد والدليل لجميع الجهات ذات العلاقة بعملية التنمية السياحية.

د- تعمل على خلق وعي عام بجميع الاستراتيجيات والأهداف السياحية في منطقة الهدف.

---

(١) د. غنيم، عثمان مد - التخطيط السياحي والتنمية السياحية،مرجع سابق .ص٩٤.

هـ- تقدم إطار عام حول جديّة وأهمية السياحة وماذا يمكن أن يقدم قطاع السياحة للاقتصاد والمجتمع المحلي.

و- تعمل على إيجاد شراكة فاعلة بين السياحة والقطاعات الاقتصادية الأحرى.

ثالثاً- العوامل المؤثرة في السياسة السياحية :

١- العوامل الطبيعية : تؤثر هذه العوامل من حيث المناخ والتضاريس والموقع الجغرافي والمياه والثروة الحيوانية والنباتية على السياسة السياحية من ناحية وجودها أو عدمه أو إن كانت مستغلة بشكل جيد أو بشكل سيء .

٢- حالة وسائل النقل : وتحدد أنشطة السياسة السياحية حسب علاقة وروابط المواصلات لغاية المواقع السياحية وضرورة وجود ظروف ملائمة للنقل السياحي وغيرها .

٣- عوامل اجتماعية : أهم هذه العوامل :

- طبيعة الحياة .
- ومستوى تطور الصناعات .
- ووقت الفراغ .

٤- عوامل اقتصادية : ترتبط هذه العوامل بإنشاء بنية تحتية اقتصادية للسياحة وعلاقات خارجية اقتصادية .

٥- عوامل قانونية : ترتبط بإصدار القوانين والأنظمة السياحية .

٦- عوامل سياسية : ترتبط بالسياسة السليمة أو المحايدة التي تنتهجها الدولة وبعض المتخصصين يقسمون هذه العوامل إلى مجموعتين هما :

أ- عوامل الطلب السياحي .

ب- عوامل العرض السياحي .

رابعاً: مكونات السياسة السياحية الشاملة[1]:

والسياسة السياحية الشاملة يجب أن تتضمن قبل كل شيء الأهداف القومية للتنمية السياحية سواء أكانت أهدافاً اقتصادية أم أهدافاً اجتماعية وثقافية وسياسية أم أهدافاً بيئية أم أهدافاً سياحية فنية . ثم يجب أن تتضمن السياسة السياحية الشاملة بعد ذلك أساليب تحقيق هذه الأهداف عن طريق :

١- تبني التخطيط والتنظيم وتطوير المنتج السياحي .

٢- التسويق السياحي المتكامل .

٣- تنمية الوعي السياحي والسياحة الداخلية .

٤- تنمية موارد الثروة البشرية .

٥- تنمية الموارد والخدمات السياحية .

وقد اهتمت دول سياحية كثيرة بوضع سياسة سياحية شاملة ملزمة حتى أن الولايات المتحدة الأمريكية أصدرت قانوناً فيدرالياً بهذه السياسة في شهر اكتوبر عام ١٩٨١ . وقام عدد من الولايات كذلك بإصدار قوانين مماثلة مثل هاواي وفلوريدا و كلورا دو وغيرها .

وقد تضمنت السياسة السياحية الأمريكية الفيدرالية عدة أهداف منها :

١- رفع مستوى مساهمة صناعة السياحة والترفيه في الرخاء الاقتصادي والعمالة الكاملة وميزان المدفوعات الأمريكي.

٢- إتاحة فرص الاستفادة من فوائد السياحة والترفيه لجميع المقيمين في الولايات المتحدة وفي الدول الأجنبية وضمان تمتع الأجيال المستقبلية بالموارد السياحية والترفيه.

٣- المساهمة في النمو الذاتي والصحة والتعليم وتذوق الجوانب الثقافية والجغرافية والتاريخية والعرقية للولايات المتحدة .

٤- تشجيع دخول الأشخاص المسافرين إلى الولايات المتحدة من أجل العمل على

---

(١)- د. عبد الوهاب ، صلاح الدين – ١٩٨٨ مرجع السابق ص ١٢٣- ١٢٨ .

زيادة أواصر التفاهم الدولي والصداقة بما لا يتعارض مع قوانين الهجرة وقوانين حماية الصحة العامة وقوانين الاستيراد .

٥- القضاء على حواجز التجارة غير المبررة المتعلقة بصناعة السياحة الدولية .

٦- تشجيع المنافسة في صناعة السياحة وإفساح الطريق أمام اختيار المستهلكين عن طريق إتاحة الفرص المستمرة لقطاع السفر والسياحة سواء من وكالات السفر أو منظمي الرحلات الشاملة .

٧- العمل على التنمية المستمرة وإتاحة طرق الدفع الشخصية المختلفة التي تكفل تسهيل السياحة المحلية والدولية .

٨- ضمان التوافق بين السياحة والترفيه وبين المصالح القومية في تنمية الطاقة وحمايتها ، والحفاظ على البيئة ، والاستخدام المتوازن للموارد القومية .

٩- الحفاظ على الأسس التاريخية والثقافية للأمة كجزء حي من أجزاء المجتمع ، وتأكيد حق الأجيال المستقبلية في التمتع بالتراث الفني للأمة .

١٠- المعاونة في جمع وتحليل وتوزيع البيانات التي تستخدم في قياس الأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة إلى داخل الولايات المتحدة لكي يمكن تسهيل التخطيط في القطاعين العام والخاص .

خامساً: الأهداف القومية للسياحة :

والسياسة السياحة العامة بوصفها الإطار العام للقواعد التوجيهية التي يسير عليها نهج العمل السياحي وتتفرع عنها استراتيجيات التنمية السياحية المتعددة والخطط القومية والمحلية والقطاعية يجب أن تبدأ برسم الأهداف القومية المتوخاة من هذه السياسة لتكون هادياً لهذه السياسة ونبراساً ينير طريق العمل العلمي للتنمية السياحية بصورة مجملة غير تفصيلية .

والأهداف القومية للسياسة السياحية الشاملة يجب لذلك أن تكون أهدافاً وصفية وليست أهدافاً تفصيلية .

ويمكن تقسيم الأهداف القومية العامة للسياحة إلى أهداف اقتصادية وأهداف اجتماعية وسياسية وبيئية وأهداف فنية .

أ- الأهداف الاقتصادية :

١- زيادة معدل نمو السياحة لتكثيف مساهمتها في الناتج القومي الإجمالي ودعم ميزان المدفوعات من خلال زيادة الدخل السياحي الإجمالي زيادة مقبولة ترتفع سنة بعد أخرى ويكون ذلك بزيادة عدد الزيارات السياحية ، ورفع مستوى نوعية السائح ، وزيادة معدل إقامته ومعدل إنفاقه اليومي عن طريق تنويع مكونات العرض السياحي والعمل على زيادة الطلب السياحي على أنواع مستجدة من السياحات مثل :

سياحة الاستجمام والترويح وقضاء الإجازات على الشاطئ ، والسياحة الدينية والسياحة العلاجية وسياحة المؤتمرات ، والسياحة الريفية وسياحة الحوافز وسياحة الصحاري والواحات وغيرها ، بطرق التسويق العلمية الفعالة بعد إجراء البحوث العلمية اللازمة لتحليل الطلب السياحي في الأسواق السياحية ذات الأولوية والثانوية والمحتملة ، ومكوناته واتجاهاته وطرق التأثير فيه .

٢- رفع مستوى مساهمة السياحة في الرخاء الاقتصادي عن طريق زيادة الإنفاق السياحي داخل الدولة . وتنشيط الدورة الاقتصادية بالأثر المضاعف لهذا الإنفاق .

٣- المساهمة في التنمية الاقتصادية الإقليمية عن طريق خلق مجمعات سياحية متكاملة لخدمة تنويع مكونات العرض السياحي في المناطق البعيدة عن التركيز العمراني بحيث تتوافر فيها مقومات الجذب السياحي للسكان وتكون السياحة هي محور التنمية الرئيسية فيها .

٤- زيادة فرص العمالة حتى تصل إلى مرحلة العمالة الكاملة وتنمية القوى البشرية عن طريق برامج التدريب المهني التخصصي في مختلف نواحي النشاط السياحي لضمان الكفاءة في الإنتاج .

٥- العمل على تلافي الآثار الاقتصادية السلبية كزيادة حدة التضخم عن طريق سياسات اقتصادية مدروسة .

ب- الأهداف الاجتماعية والسياسية :

١- رفع مستوى الصورة السياحية للبلد في الخارج بطرق علمية مدروسة منها تضافر الجهود التنشيطية العلمية للأجهزة الرسمية وغير الرسمية .

٢- العمل على حماية قيم المجتمع وتقاليده مع تشجيع الاختلاط المنظم بين

السائحين والمواطنين لزيادة فرص التفاعل الحضاري والتبادل الاجتماعي بينهما مما يؤدي إلى بناء جسور العلاقات الطيبة والاحترام والتعاون بين الأمم .

٣- رفع مستوى الصحة النفسية للمواطنين عن طريق تشجيع وتنظيم السياحة الداخلية واستغلال أوقات الفراغ استغلالاً صحيحاً.

٤- تنمية القيمة الحضارية لفن العمارة ، وإذكاء الروح الوطنية وزيادة الوعي الشعبي لتحسين الظروف الصحية في مختلف مناطق الدولة ومدنها وقراها فضلاً عن محاولة تجميل الأحياء ونظافتها لتبدو جذابة في عيون الزائرين .

٥- إعادة بعث الفنون الجميلة والمصنوعات اليدوية والنشاطات الحضارية في مختلف مناطق الدولة وبوجه خاص إحياء التقاليد وطريقة حياة المواطنين سكان المناطق البعيدة التي قد تمتد إليها التنمية السياحية لما تتميز به من خصائص طبيعية واجتماعية وحضارية تصلح عناصر جذب سياحية .

٦- ضمان حسن استقبال السائحين وحسن معاملتهم وانضباط السلوك الفردي .

٧- تفادي الآثار السلبية على السلوك الاجتماعي ونظم القيم الدينية والسلوك والتقاليد في المجتمع .

ج- الأهداف البيئية :

١- حماية البيئة الطبيعية من هواء ومسطحات أرضية ومائية من التلوث والحفاظ على الموارد التاريخية والحضارية والأثرية للبلد ضد التدهور ، والعمل على تفادي النمو العشوائي للعمران بصورة تقضي على الجمال الطبيعي الذي تتميز به البلد من تضاريس جغرافية وذلك عن طريق رقابة الكثافات البنائية وكثافة حركة النقل داخل المدن وفي المناطق السياحية وزيادة نصيب المواطن من المناطق الخضراء ، وتحديد الطاقات القصوى للمشروعات السياحية ، وتزويدها بكل ما يلزم من تدابير خاصة بالنظافة والصحة العامة ورقابة الضوضاء والصرف الصحي الكافي .

٢- تأكيد حق الأجيال المستقبلية في التمتع بالتراث الحضاري للبلد .

٣- استعداد التشريعات اللازمة لوضع حدود على التنمية في المناطق الحساسة طبيعياً أو عمرانياً أو سياسياً ، وإصدار القرارات اللازمة للسير في تنفيذ قانون

المحميات الطبيعية واتخاذ التدابير العلاجية والتصحيحية من وجهة النظر البيئية في كل إقليم أو منطقة تصبح فيه البيئة في خطر .

د- الأهداف الفنية :

١- اعتبار السياحة قطاعٌ إنتاجي ذو أولوية على المستوى القومي وصناعة اقتصادية تعتمد على العلم والخبرة الفنية .

٢- العمل على زيادة النصيب السوقي للبلد من حركة السياحة الدولية عن طريق التخطيط العلمي السليم الذي يتضمن تطوير المنتج السياحي وتنويعه وعدم التركيز على نوع واحد من السياحة ، والتغلغل المدروس في الأسواق السياحية العالمية بتدعيم قنوات الاتصال مع هذه الأسواق ، وإتباع أساليب تسويقية وتنشيطية متطورة ، والعمل على استقطاب نوعية أعلى من السائحين ورفع مستوى الخدمات السياحية في كافة جوانب العمل السياحي وإتباع سياسة تسعيرية علمية وعملية ، وتطوير التنظيم السياحي الرسمي على المستويين القومي والمحلي ليستطيع النهوض بأعبائه المتطورة ، واتباع أساليب فعالية التكلفة في كل إنفاق استثماري وتشجيع الاستثمار في قطاع السياحة بشتى الطرق والحوافز .

٣- تحقيق التجانس والتنسيق والتعاون بين كافة الأنشطة الحكومية وغير الحكومية المؤثرة على السياحة بطريق مباشر أو غير مباشر تحت إشراف وزارة السياحة .

٤- ترك الحرية المنظمة للقطاعين العام والخاص ليؤدي كل منهما دوره في التنمية السياحية طبقاً للضوابط التي يضعها التشريع ، مع تحديد سلطة الدولة في توجيه عناصر صناعة السياحة والإشراف عليها لضمان سير العمل السياحي سيراً منتظماً .

٥- العناية بالعنصر البشري في السياحة عناية كبرى كونه العنصر الفعال في تحقيق تنمية سياحية متوازية وفي نجاح المشروعات الاستثمارية السياحية .

٦- إعادة النظر في التشريعات السياحية القائمة وغيرها من التشريعات .

٧- تطوير دور النقل الجوي في تنمية حركة السياحة والعمل على التوسع في

المطارات الدولية وتوفير الأمن فيها ووسائل صيانة الطائرات والتوسع في الرحلات البحرية الشاملة .

سادساً: وسائل السياسة السياحية[1] :

ويمكن تقسيم وسائل السياسة السياحية إلى المجموعات التالية :

أ- اقتصادية :

١- الحوافز الاقتصادية لتشجيع تطور السياحة .

٢- الضرائب الحكومية والغرامات .

ب- اجتماعية :

١- ويتحقق التأثير من خلالها على الرأي العام لتغيير نظرة السكان اتجاه السياحة .

٢- إيجاد الثقافة السياحية عند الشعب .

ج- قانونية :

القوانين والأنظمة التي توضع بهدف تطوير السياحة .

د- فنية :

١- التأثير على البنية التحتية للسياحة .

٢- المتطلبات الفنية لوسائل النقل السياحي .

هـ - وسائل التأثير من قبل المؤسسات الأمنية للحفاظ على النظام العام وأمن الدولة . وترتبط جميع هذه المؤسسات الأمنية للحفاظ على النظم مع بعضها البعض .

❖- محتوى السياسة السياحية والأطراف المعنية بها :

يظهر المحتوى الشكلي للسياسة السياحية من خلال مجموعة من القوانين والأنشطة التي تتم من قبل الهيئات التشريعية كاملة المسؤولية بهدف تطوير السياحة.

---

(١)- العدوان ، مروان السكر – ١٩٩٤ – مضمون السياحة وأهدافها – سلسلة الاقتصـاد السـياحي ، ا ـزء الأول، دار دلاوي ، عمان ، ص (٥٨ – ٦١) .

❖ **ينظر إلى السياسة السياحية من خلال :**

١- السياسة السياحية الداخلية وهي مجموعة الأنشطة التي تحققها وتحددها الدولة مستقلة والتي تنبع من سياستها الوطنية ، وعادة تحتوي على قوانين وأنظمة مختصة بتطوير السياحة في الحدود الوطنية للدولة الواحدة .

٢- السياسة السياحية الدولية وهي مجموعة الأنشطة التي تنظمها الدولة وتطبقها بالاتفاق مع دولة أخرى أو عدة دول ، وهي تبنى على أساس اتفاقات تحدد تبادل العلاقات في تطور السياحة الدولية .

ويشترط في السياسة السياحية الداخلية أن تحتوي على الموضوعات التالية :

أ- توفير الظروف والعوامل العامة اللازمة لتطوير السياحة :

١- تحديد المستوى الثقافي والمادي للسكان .

٢- تحديد وقت الفراغ والإجازات .

٣- توفير وسائل النقل المتطورة .

٤- الوضع السياسي الآمن .

٥- القدرة الاقتصادية للدولة .

ب- المحافظة والاستخدام الأمثل للبيئة المحيطة ويشمل المحافظة على جميع الثروات السياحية بجميع أنواعها .

ج- توفير البنية التحتية للسياحة عن طريق بناء المرافق السياحية الأساسية بالمواقع السياحية من أجل تسويقها داخلياً وخارجياً .

د- إجراء الدراسات وعقد الدورات في مجال السياحة عن طريق المراكز العلمية المخصصة لتوفير جميع الاختصاصات في هذا القطاع .

هـ- تطوير التخطيط والتنظيم والإدارة للعمليات السياحية في المؤسسات والشركات والجهات المسؤولة عن ذلك .

و- تحويل واستثمار المنجزات العلمية في مجال السياحة من خلال :

١- وسائل تقديم الخدمات السريعة الحديثة .

٢- الآلات والمعدات الحديثة للصناعات المطبخية .

٣- طرق ووسائل تجهيز وتصنيع المنتجات المطبخية في مواقع مركزية .

٤- الآلات والأجهزة اللازمة في قطاع الفندقة وباقي الخدمات الإضافية .

ز- التقليل من المعاملات الرسمية الروتينية وتشمل عملية الحصول على تأشيرات دخول والمعاملات الجمركية والإجراءات الأخرى من أجل تسهيل عملية السفر إلى أقل حد ممكن .

❖ وهناك تأثير كبير على محتوى السياسة السياحية من قبل المعنيين عنها من هيئات برلمانية وغيرهم ممن يشرفون على تحقيق الأنشطة المختلفة في مجال تطوير السياحة ويمكن تقسيم المعنيين بالسياسة السياحية إلى المجموعات التالية :

آ- الهيئات القانونية والتشريعية الشعبية :

١- الدولة .

٢- الهيئات الإقليمية .

ب- الاتحادات والمنظمات التشريعية :

١- اتحاد المنظمات والشركات الفندقية .

٢- اتحاد النقليات في مجال السياحة .

٣- اتحاد ومنظمات ووكالات السياحة والسفر .

ج- الوكالات والمنظمات الأخرى التي لها علاقة غير مباشرة بتطوير السياحة ويمكن تقسيمها إلى :

أ- المعنيون بالسياسة السياحية الدولية :

١- هيئة الأمم المتحدة .

٢- المنظمة الدوالية للتربية والثقافة والعلوم (اليونيسكو Unesco) .

٣- المنظمات السياحية الدولية .

ب- المعنيون بالسياسة السياحية الوطنية هم المنظمات والدوائر الرسمية المسؤولة عن إدارة العمليات السياحية .

ج- المعنيون بالسياسة السياحية في الأقاليم :

١- ممثلو الدولة في الإقليم .

٢- الاتحادات والوكالات المحلية .

ويقسم المعنيون بالسياسة السياحية حسب علاقتهم بتطوير السياسة السياحية :

أ- أهل الاختصاص وهي المؤسسات التي أوجدت أساساً لخدمة القطاع السياحي وتنظيمه وإدارة عملياته .

ب- المختصون وهم المعنيون بحل المشاكل خارج القطاع السياحي ويشمل القطاعات الأخرى مثل النقل والاتصالات والمؤسسات التشريعية وغيرها .

الفصل الثاني

التعاون الدولي في مجال الأمن السياحي

المبحث الأول
مفهوم الأمن وأبعاده

- مقدمة.
- الأمن القومي.
- الأمن الغذائي.
- الأمن البيئي.
- الأمن المائي.
- الأمن الإعلامي.
- المفهوم الشامل للأمن.
- الأمن المباشر – الشرطي.
- الأمن الاقتصادي.
- الأمن الصحي.
- الأمن الاجتماعي.
- الأمن الثقافي.
- الأمن السياحي.

المبحث الأول
مفهوم الأمن وأبعاده

مقدمة:

الأمن " **لغةً** " من أمن يأمن أمنا وأمانا، فهو آمن ومأمون وهو الطمأنينة والسكينة والآمان واستقرار النفس والأحوال......

وقد وصف الله تعالى المخليّن بالأمن بأنهم مفسدون في الأرض وفرض عليهم أشد العقوبة . والكثير من الآيات الكريمة وأحاديث الرسول الكريم (ص) أكدت على موضوع أمن وآمان الناس .

وقال تعالى: " إن المتقين في جنات عدن .ادخلوها بسلام آمنين "

وقال أيضاً: " فليعبدوا رب هذا البيت الذي أطعمهم من جوع وآمنهم من خوف"، " وإذا قال إبراهيم رب اجعل هذا البلد آمناً، " وليبدلنهم من بعد خوفهم أمناً" .

-أما في " الاصطلاح القانوني" فيقصد به الحماية القانونية التي توفرها الدولة لأفراد المجتمع بواسطة النصوص التشريعية ..... بهذا المعنى فإن مفهوم الأمن يسرى على جميع الأنشطة التي يمارسها الفرد وتنظم حياته في المجتمع تنظيماً تكفله الدولة بالقوة عند الاقتضاء.[1]

فمنذ عقود بدأ **الأمن البشري يأخذ أبعاداً جديدة**، فإلى جانب الأمن العسكري هناك الأمن الاقتصادي والأمن الاجتماعي والأمن البيئي والأمن الغذائي والأمن الصحي والأمن الشخصي وأمن المجتمع والأمن السياحي والأمن الإعلامي والأمن الثقافي والأمن المائي...الخ. أي أن الأمن البشري متعدد الأوجه وهو لا يعني أمن الأراضي أو الحدود بقدر ما يعني أمن الناس.

الأمن ظاهرة مرتبطة بالإنسان. وهذا ما يفسّر توأمة مفهومي " **الإنسان: الأمن**" و" **الأمن: الإنسان**". والحديث عن الأمن يعني الحديث عن الحياة نفسها، والأمن هو

---

(١) ينظر: مكافحة جرائم السياحة،ا ركز العر للدراسات الأمنية، الرياض، ١٩٨٦، ص ١٤٦

الحاجة الأولى والمطلب الدائم للإنسان. وقد كان الأمن سبباً في حفظ النوع البشري واستمراره.........

ولهذا فإن **الأمن يعني بالإنكليزية**: الحالة التي يشعر فيها الإنسان بالأمان والتحرر من الخطر والمخاطرة

"Security " n." The state of –" being or felling secure, freedom of danger or risk"

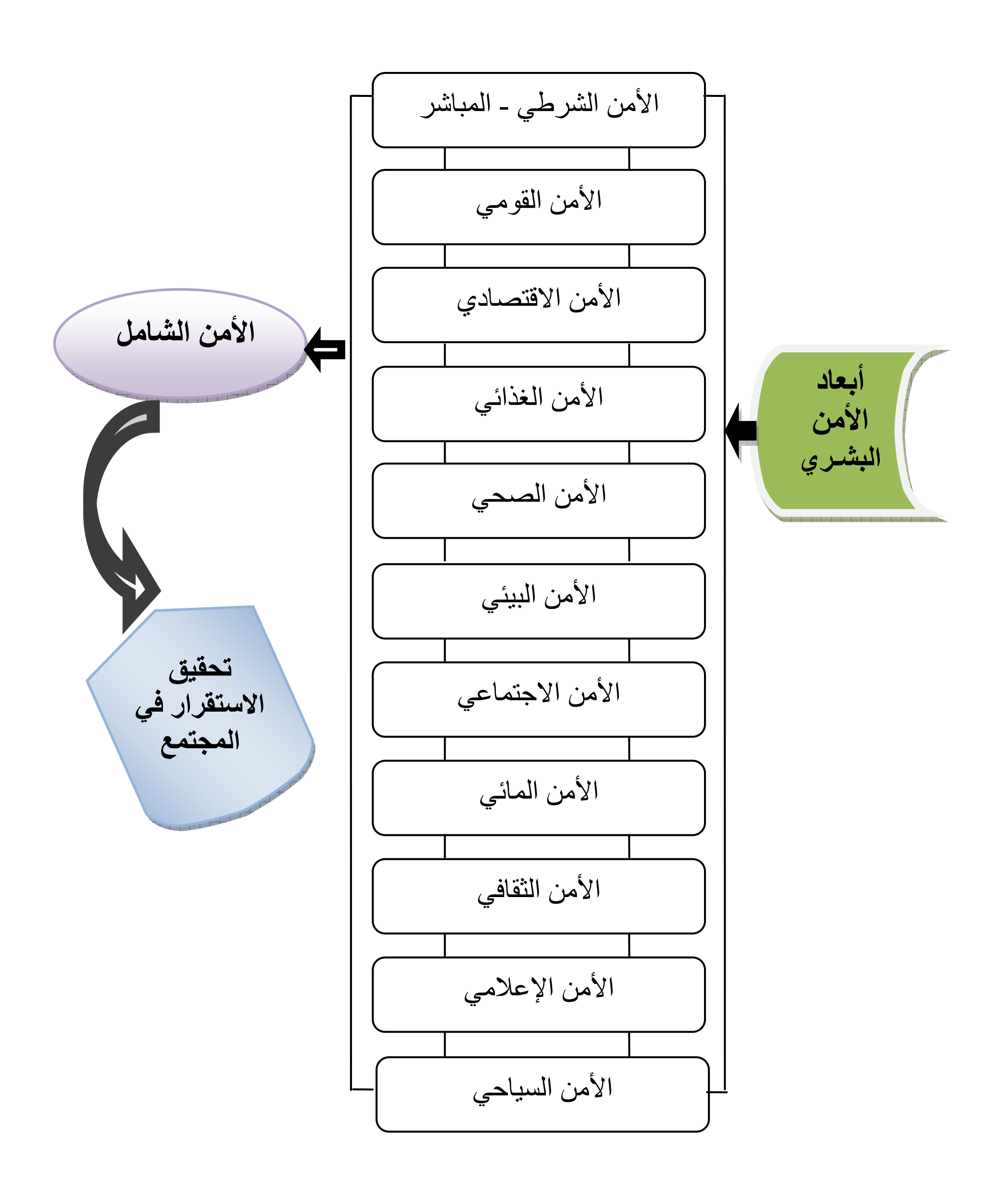
وتعني بالفرنسية : غياب الخطر الحقيقي وهكذا لا يقوم الأمن في المجتمع إلا بعد ضمانة المصالح الحيوية لأفراد هذا المجتمع.

فالأمن يعني الطمأنينة والإحساس أو الشعور بأن النفس والحرية والعرض والمال في سلام، وعدم توقع حدوث ما يعرضها للخطر، إما نتيجة للسلوك الاجتماعي السوي، أو نتيجة ليقظة الجهاز القائم على تحقيق الأمن، أو نتيجة للردع الناتج عن ضبط كل خارج على القانون.

سنلقى قليلاً من الضوء على **أبعاد الأمن البشري**، ثم نتحدث عن الأمن السياحي الذي يشكل بعداً مهما ومؤثراً في الأبعاد الأخرى[1].**وهو ما يظهره لنا الشكل التالي:**

---

(١) د.أديب خضور، اقتصاديات البيئة، وزارة الثقافة،دمشق ١٩٩٧، ص١٠-١٤ .



- ## الأمن المباشر- الشرطي:

هو الأمن الذي تحققه الأجهزة الشرطية، ويشمل مختلف العمليات المباشرة (كشف الجرائم قبل وقوعها، مكافحة المخدرات، تنظيم المرور..... الخ).

بمعنى أن تحقيق الأمن مهمة معقدة لا يقتصر انجازها على أجهزة الأمن، بل هي مسؤولية تقع على كاهل كل مواطن . وهذا ما دفع باتجاه ضرورة وأهمية إقامة علاقات راسخة وفعالة بين الشعب وأجهزة الأمن .

- **الأمن القومي[1] :**

تأمين الدولة والمجتمع ضد كل الأخطار التي تهددهما داخلياً وخارجياً ، وتأمين مصالحهما ، وتأمين الظروف المناسبة اقتصادياً واجتماعياً لتحقيق الأهداف والغايات التي تعبّر عن الرضا العام في المجتمع.

- **الأمن الاقتصادي:**

يعني الأمن الاقتصادي بالنسبة لسكان بلد من البلدان أمن العمل وأمن الدخل، أي وجود عمل منتج ووجود دخل أساسي مضمون. وفي الكثير من المجتمعات المعاصرة يشعر الناس بعدم الأمن، لأن العثور على عمل والاحتفاظ به أصبح أمراً متزايد الصعوبة، فعدد العاطلين عن العمل في العالم يبلغ / ١٢٠ / مليون نسمة. وفي دول الاتحاد الأوربي وحدها يوجد حوالي /٢٥/ مليون عاطل عن العمل، وأغلب هؤلاء العاطلين هم من الشباب، فقد بلغ معدل البطالة بين الشباب فقط في عام ١٩٩٢ بحدود (١٥٪) في بريطانيا و(١٤٪) في الولايات المتحدة الأمريكية و(٣٣٪) في إيطالية و (٣٤٪) في أسبانيا. وفي البلدان النامية يبلغ معدل البطالة العلنية والمسجلة بحدود (١٠٪) .

إضافة إلى ذلك فإنه في كثير من دول العالم هناك انعدام لأمن الدخل لأسباب عديدة أهمها :

- تدهور الأجور بفعل التضخم الذي يأكل قسماً كبيراً من قيمتها. ومع انعدام أمن الدخل يلجأ الناس في كثير من دول العالم إلى المساعدات الحكومية. أما في البلدان النامية فإن ثلث السكان يعيشون تحت خط الفقر الذي يقدر وسطياً وسيطاً بحدود ٥٠٠ دولار أمريكي".

---

(١) روبرت مكنمارا"جوهر الأمن" تر ة يونس شاه ، ص٨،١٠٥،١٢٥.

• الأمن الغذائي :

يشكل الأمن الغذائي ومشاكل البيئية تحدياً يواجه جهود التنمية الاقتصادية والاجتماعية في مختلف دول العالم وبشكل خاص دول العالم النامي. فالبيئة تشكل مخزون الموارد الطبيعية التي يستغلها الإنسان للمحافظة على أمنه الغذائي ولا يمكن للتنمية أن تتم ولا يمكن للأمن الغذائي أن يتحقق بدون استخدام الموارد الطبيعية (غابات، ثروات معدنية، أنهار، بحيرات، ثروة سمكية وحيوانية). ولكن شرط أن يكون هذا الاستخدام رشيداً وعقلانياً بحيث يضمن تنمية مستديمة وأمناً غذائياً دائماً.

"ويعني الأمن الغذائي أن يستطيع جميع السكان وفي جميع الأوقات الحصول على الاحتياجات الأساسية من الغذاء."

فالأمن الغذائي لا يعني بالضرورة تحقيق الاكتفاء الذاتي بالنسبة لبلد من البلدان من جميع المنتجات الغذائية، بل إمكانيات ضمان الإمداد بالغذاء.

• الأمن الصحي :

فالأسباب الرئيسية للوفاة في البلدان النامية تعود لسوء التغذية والعيش في بيئة غير سليمة وشرب المياه الملوثة، إضافة إلى النقص الكبير في الخدمات الصحية في العديد من البلدان النامية. وهناك حوالي ١٧ مليون شخصاً يموتون سنوياً بسبب أمراض الجهاز الهضمي وأمراض الإسهال. وفي البلدان المتقدمة حوالي ٥،٥ مليون شخص يموتون سنوياً لأسباب لها علاقة مباشرة بالغذاء وأسلوب الحياة، وقسم كبير من حالات الوفاة يعود لأسباب بيئية .

• الأمن البيئي:

يحتل الأمن البيئي مكانة هامة في أنحاء العالم كافة، وقد أدت التطورات العاصفة في مجال الصناعة والنقل والخدمات والزراعة إلى تفاقم المشكلات البيئية على الأصعدة المحلية والإقليمية والدولية .

إن تحديات الأمن البيئي تتطلب سياسية بيئية وقائية منسجمة مع حقائق البيئة ومع متطلبات التنمية المتجددة . وعندما يكون الأمن البشري بأبعاده المختلفة مكفولاً فإن النمو الاقتصادي والتنمية البشرية يتقدمان إلى الأمام .

- **الأمن الاجتماعي:**

وهو يعني الاكتفاء المعيشي والاقتصادي والاستقرار الحياتي للمواطنين، كما يعني تأمين الخدمات الأساسية المادية والمعنوية، وتوفير الخدمات التعليمية والثقافية والتربوية، وكل ما من شأنه تأمين رفاهية الفرد والمجمع .

- **الأمن المائي :**

تتفاقم مشكلة المياه في الوطن العربي بسبب قلة الموارد المائية نسبياً فيه، وبسبب عدم توازن توزيع هذه الموارد، وعدم عقلانية وترشيد استخدامها. وتطرح مشاكل المياه مسائل سياسية واقتصادية وصحية وغذائية وسلوكية وبيئية بالغة الخطورة والأهمية. وهذا ما يفسر احتلال مسألة المياه المركز الأول على جدول أعمال الأنظمة العربية المختلفة.

- **الأمن الثقافي :**

تستمد الثقافة الإنسانية قوتها من تنوعها وبذلك يمكن القول إن مهمة المحافظة على الثقافات المختلفة، وتأصيلها، وتطويرها تصب في المجرى العام لإغناء وإثراء الثقافة الإنسانية، وتتناقض شكلاً ومضموناً مع تيارات الانغلاق والعزلة.

تمثل قوة أية ثقافة، وتفسر مدى مساحتها في رفد الثقافية الإنسانية في أصالتها وتفردها .و لذلك فإن المهمة الثقافية المركزية تتمثل في تأصيل الثقافة لتستوعب التجربة التاريخية العميقة للشعب، وتطويرها لتعانق مستجدات العصر وتواجه تحولاته.

- **الأمن الإعلامي :**

يمثل الإعلام واحدة من حقائق العصر متزايدة الحضور والتأثير والفعّالية.

لقد أصبح الإعلام صناعة، وأصبح رسالة، ويستورد الوطن العربي مستلزمات الصناعة الإعلامية كافة، كما يستورد أصول قواعد وتقنيات (وأحياناً مضامين) الرسالة الإعلامية، الأمر الذي يعمّق التبعية التكنولوجية .

- **الأمن السياحي:**

يقصد بأمن السائح توفير عنصر الأمن والطمأنينة له منذ وصوله إلى البلاد وحتى مغادرته لها وذلك في نفسه وماله وعرضه وكل متعلقاته وأمتعته وحمايته من أية مضايقات أو جرائم قد تقع عليه. بمعنى جميع الاحتياجات .

ويعتبر الأمان أمراً رئيسياً ومادة أولية مهمة لصناعة السياحة وتفوق أهميته في هذه الصناعة أهميته في الصناعات الأخرى لأن السياحة لا تنتعش ولا يقبل الناس على السفر إلى بلد تنعدم فيه مقومات الأمن

وكلما عمَّ العالم الأمان والنظام كلما ازدهرت السياحة وارتقت الشعوب وأتيح لها الالتقاء والتقارب والتفاهم بدل العزلة وسوء الفهم والتنافر والتناحر وقد قال تعالى في محكم القرآن الكريم: " **إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم** "

- **المفهوم الشامل للأمن :**

يعني المفهوم الشامل للأمن أن الأمن في المجتمع كلٌ متكامل ولا يمكن تجزئته، وإن تحقيق الأمن عملية مرتبطة بعوامل سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وإعلامية وفكرية.... الخ. تلعب منفردةً ومجتمعةً دوراً في تحقيق الاستقرار في المجتمع. وبات مؤكداً تعذّر تحقيق الأمن في المجتمع بدون تحقيق الاستقرار في هذه المجالات كافة.

المبحث الثاني
الأمن السياحي وأثره على الدخل الوطني

- مفهوم الأمن السياحي.
  - ما هي المتطلبات الأمنية.
  - أمن وسلامة السائح.
  - مفهوم الأمن السياحي في مجال المعمار السياحي.
  - مفهوم الأمن السياحي على مستوى الخدمات والوقاية والتطهير.
  - مفهوم الأمن السياحي على المستوى الاجتماعي.
  - مفهوم الأمن السياحي على مستوى الإرشاد السياحي.
  - دور الإرشاد السياحي في التنمية المستدامة.
- العلاقة بين الأمن والمنتج والدخل الوطني.
- أثر بعض الأحداث العالمية والإقليمية في مطلع القرن الحادي والعشرين وانعكاساتها على السياحة الدولية.
  - الانتفاضة الفلسطينية الثانية والقمع العسكري الإسرائيلي.
  - أحداث ١١ أيلول ٢٠٠١.
  - الأزمة العراقية – آثارها على السياحة عالمياً والانعكاسات على السياحة الدولية ٢٠٠٢.
  - انفجار الأزمة العراقية في ٢٠٠٣.

المبحث الثاني
الأمن السياحي وأثره على الدخل الوطني

المطلب الأول

مفهوم الأمن السياحي:

يمكن النظر للأمن السياحي على أنه جزء من كل ،أي جزء من الواقع والمنظومة الأمنية السائدة في بلد معين، مع بعض الخصوصية التي تتبع من خصوصية القطاع السياحي، بنفس القدر، ومع الفارق دائماً، الذي يمكن به القول بأن الأمن الصناعي أو الأمن الفكري أو الأمن الاقتصادي أو الأمن الاجتماعي وغيرها...، هي جزء من كل، إذاً مفهوم الأمن السياحي مفهوم جزئي يقع تحت المفهوم الكلي الأوسع: مفهوم الأمن الشامل. والقطاع السياحي، كنشاط اقتصادي له أبعاده المختلفة يقع تحت مظلة الوظيفة الأمنية العامة للحكومة، مما يجعل الأمن السياحي ضرورة ومطلباً أساسياً واقتصادياً واجتماعياً، في عصر يموج بالمتغيرات والتقلبات والأحداث الأمنية التي إن لم يكن لها مساس مادي مباشر بالأمن، فإن لها بالتأكيد أثاراً نفسية مهمة على هذا القطاع المتنامي.

يمكننا القول بأن الأمن السياحي سيتوفر إلى حد كبير في بلد يسود فيه الأمن في جميع مناشط الحياة، ويكون الأمن السياحي مهدداً بالقدر الذي يتهدد فيه أي جانب آخر من جوانب الأمن الشامل، ويتوافر بالقدر الذي يكون الأمن الشامل محققاً بدرجة أو بأخرى.

مما تقدم يمكننا تناول مفهوم الأمن السياحي من زاويتين موضوعيتين:

❖ **فمن جهة**، يمكن النظر للأمن السياحي من منظور ما هو كائن أي وصف الحالة الأمنية الراهنة التي تخيم بظلها على الواقع السياحي في بلد معين. وفي هذا الجانب يمكن التفريق بين الحالة الأمنية العامة أو الأمن العام في البلد المعني، والحالة الأمنية الخاصة بالقطاع السياحي نفسه،وهاتان الحالتان متكاملتان

تكامل الجزء والكل كما سبقت الإشارة إليه. والحالة الراهنة للأمن السياحي لها طابعها الوقائي والعملياتي، أي " الردع" أمام ما يمكن أن يخل بالأمن ومواجهة حالات الإخلال بالأمن فعلاً بالإمكانيات والنُظم والموارد الموجودة على أرض الواقع.

ومن جهة أخرى، يمكن النظر للأمن السياحي من زاوية" ما يجب أن يكون"، أي ما يجب أن تكون عليه الحالة الأمنية في القطاع السياحي، هذه نظرة تخطيطية تستقرئ الواقع والمستقبل الأمني لهذا القطاع والمخاطر والتهديدات التي تؤثر أو يمكن أن تؤثر في وضع الأمن السياحي، ثم وضع الخطط الأمنية للارتقاء بالأداء الأمني لمواجهة هذه المخاطر والتهديدات.

تعريف الأمن السياحي:بأنه" يقوم على توفير البيئة الأمنية المستقرة والظروف الملائمة للسياح في محيط البنية الأساسية للقطاع السياحي وخارجها، في تنقلهم وإقامتهم، منذ وصولهم حتى مغادرتهم، بحيث تتوافر لهم جميع الخدمات السياحية التي تحقق أهداف السياح في الاستمتاع بقضاء وقتهم في أمن واطمئنان، وبما يعطي انطباعاً عاماً للسياح من الداخل والخارج، بعدم وجود ما يهدد أمنهم وطمأنينتهم.

والسؤال ما هي المتطلبات الأمنية؟

بعد هذا التعرف الواسع، نرى من الضروري توافر متطلبات وجهود لضبط الحالة الأمنية الراهنة والردع والمنع والوقاية مما يمكن أن يهدد أمن السياح وسلامتهم، **ويأتي في مقدمة هذه المتطلبات الأمنية ما يلي:**

- تأمين المطارات والموانئ والطرق ووسائل النقل السياحي.
- تأمين المواقع والأماكن الطبيعية والأثرية التي يرتادها السياح.
- تأمين المنشآت السياحية.
- وضع خطط التدخل الأمني السريع لمواجهة التحديات الأمنية ذات الطابع الإرهابي.
- وضع خطط الحماية المدنية والإسعاف والإنقاذ والاخلاء وتأمين الملاجئ في حالات الكوارث الطبيعية والاختلالات الأمنيّة الكبرى.

- وضع نظام لمراقبة الأجهزة الحكومية ولمراقبة الشركات والمؤسسات ذات العلاقة بقطاع السياح بهدف التأكد من عدم وجود ما يهدد أمن وسلامة السياح وممتلكاتهم وحقوقهم المادية والمعنوية.
- وضع الخطط لتأمين الأفواج السياحية.

ولا شك في أن المفهوم الواسع للأمن السياحي، يجب أن يشمل الأمن ضد الجرائم التقليدية وغير التقليدية، سواء تلك التي ترتكب ضد السياح، أو تلك التي يرتكبها السياح، مثل جرائم الاعتداء على النفس والأموال والتزييف والتزوير والتهريب والمخدرات والخمور والمسكرات والأسلحة والممنوعات والتجسس والتخريب والاحتيال والنصب وغيرها..الخ.

ولابد من الإشارة إلى أن سلامة السياح هي أمر مكمل مهم، ربما يفوق بعض جوانب الأمن السياحي أهمية، وهنا نود أن نشير إلى أمن وسلامة السائح بالإيجاز.

أمن وسلامة السائح:

تحقيق أمن وسلامة السائح عنصر هام في نجاح السياحة ومزية للمنطقة. وقد قدم قواعدها خبراء من المنظمة العالمية للسياحة عام ١٩٩٤ وهي **تحدد المخاطر في أربعة مجالات رئيسية هي :**

١- **البيئية المؤسساتية الإنسانية:** تبرز المخاطر الإنسانية والمؤسساتية عندما يقع السائح ضحية الإهمال العام (التعرض للسرقة - للنهب - للاحتيال والغش.....) أو وجود ظواهر العنف مثل الجريمة المنظمة والاغتصاب والخطف والإرهاب، أو عدم الاستقرار السياسي، أو التعصب الديني، وغياب أو نقص وسائل الحماية والأمن العام في المنطقة أو البلد.

٢- **علاقة السياحة مع القطاعات الأخرى** : مستوى ضعف الإدارة في السياحة والتنسيق مع القطاعات الأخرى قد يساهم في حدوث الخلل في تأمين السلامة والأمن الشخصي للسائح، وهذا الخلل ينعكس على التكامل الطبيعي والسياحي والفوائد الاقتصادية للسياحة في المنطقة. ويبرز ذلك الخلل في عدم تطبيق المقاييس والمعايير الموضوعة للسلامة والأمن في المنشآت السياحية بشكل خاص، وفي المواقع السياحية

والمنطقة بشكل عام، كما ينعكس على مستوى احترام قواعد الاستدامة للبيئة، وانتشار الإهمال في تسهيلات السائح والغش في التعامل التجاري، وكل هذا يؤدي إلى إهمال تعرض السائح للأذى، وبالتالي عزوفه عن زيادة المنطقة.

٣- **المسافر المفرد (بشكل فردي):** يمكن أن يسبب السائح لنفسه المشاكل في مجال سلامته وأمنه، فقد تكون له ممارسات غير مناسبة للمنطقة، وخاصة في مجال تشجيعه للأحداث الرياضية أو سلوكه الخاص في أنشطة الإجازات والاستجمام (التعري والظهور بلباس البحر غير المعتاد أو بالشورت في شوارع محافظة ....)،أو حتى في نوع وطرق تناول المأكولات والمشروبات، كما قد يكون للسائح المفرد حالة صحية خاصة، قد تؤثر عليه أثناء السفر وما يقتضيه ذلك من حاجة السائح للعناية أثناء الزيارة، وقد يجهل السائح الفرد التعليمات المتعلقة باحترام عادات السكان المحليين والقوانين المحلية ووسائل التوعية والإرشاد المتعلقة بالسائح سلوكه المناسب في المنطقة المقصودة .

٤- **المخاطر الطبيعية والبيئية:** تحدث تلك المخاطر إذا كان المسافرون.

- غير مدركين الخواص الطبيعية للمقصد والتأثيرات التي يمكن أن تؤثر به.
- غير مستعدين صحياً للسفر لبعض المناطق (التلقيح ووسائل الوقاية).
- عدم اتخاذ الحيطة الضرورية في تناول الطعام والسلوك الصحي .

٥- الاستعداد للحالات الطارئة مثل الكوارث الطبيعية والأوبئة المنتشرة ولهذا فمن الضروري أن تكون لكل منطقة سياحية ومن جميع مستوياتها محلية كانت أم وطنية خطة حماية سياحية، وبرنامج تنفيذي **وأهم ما يجب أن تتضمنه خطة الحماية ما يلي:**

٦- توضيح المخاطر السياحية المحتملة تبعاً لشكل السفر، تأثيرها على الأماكن السياحية .

٧- وسائل منع وقمع وتعرض المجرمين للسياح بالأذى والابتزاز .

٨- مكافحة انتشار المخدرات، حماية السياح والسكان من تجارها وموزعيها بقوانين صارمة.

٩- حماية المواقع التاريخية والمراكز الأثرية من التصرفات المضرة .

١٠- وضع أدلة إرشادية للعاملين والسياح حول السلوك المناسب في المناسبات السياحية .

١١- تزويد الفعاليات السياحية الدولية عن خطة الحماية والسلامة المعتمدة في المنطقة.

١٢- تنظيم إدارة الأزمات في الظروف الخاصة والكوارث الطبيعية وحالات الطوارئ .

١٣- تحديد أسلوب التعامل مع وسائل الإعلام في المنطقة وخارجها.

١٤- وضع ونشر إجراءات وتعليمات في المنشآت السياحية بشأن الحريق والسرقة .

١٥- اعتبار قواعد السلامة والأمن ومتطلباتهما شرطاً للترخيص في جميع الفعاليات السياحية .

١٦- وضع ضوابط صارمة لإدارة قواعد سلامة وأمن السائح والبيئة .

١٧- تحديد الوثائق المطلوبة من السائح القادم والمواطن المغادر والإجراءات الصحية المعتمدة .

١٨- وضع نظام حول التأمين المتاح للسائح والجهات المعنية به، وغالباً ما يكون لفترة الزيارة .

ومن المعروف أنه لا يمكن نفي وجود المخاطر بالكامل، ويجب أن يتم إعلام السائح بأية مخاطر محتملة ولو كانت بسيطة حتى يأخذ الحذر، إلى جانب إعلامه بالجهود الموجودة للحماية، والمتبع في العديد من البلدان هو إحداث جهاز " **بوليس سياحي**" في المواقع السياحية، ويكون مؤلفاً من عناصر مدربة على مهامها في حماية السياح ورغباتهم أثناء الزيارة . [١]

بعد هذا العرض ....**نخلص إلى مفهوم الأمن السياحي بمعناه الواسع...**[٢]

---

(١) أ.صلاح الدين خربوطلي، السياحة ا ستدامة، دار الرضا،دمشق،٢٠٠٤م ،ص

(٢) - مكافحة جرائم السياحة: مرجع سابق،ص١٨٤-وما بعد

أولاً- مفهوم الأمن السياحي في مجال المعمار السياحي:

يقصد بالمعمار السياحي هنا المؤسسات والمنشآت الفندقية وشبة الفندقية والمرافق الرياضية والترفيهية وغيرها. والتي تعد الركيزة الأساسية في استقطاب الوفود السياحية والاستجابة لرغباتها.

ثانياً- مفهوم الأمن السياحي على مستوى الخدمات والوقاية والتطهير:

والمقصود به" الوقاية من الأوبئة والأمراض المعدية وعلاج الإصابات والأخطار المحتمل وقوعها" .فالأمن السياحي يتجسد بصفة رئيسية من حسن الاستقبال والخدمات المقدمة للسائح.

ثالثاً- مفهوم الأمن السياحي على المستوى الاجتماعي :

أ- الأمن الاجتماعي وارتباطه بالنمو السياحي:

يتسع مفهوم الأمن الاجتماعي مختلف الجوانب الحياتية التي تهم الإنسان المعاصر. فهو يعني الاكتفاء المعيشي والاقتصادي والاستقرار الحياتي للمواطن، كما يعني تأمين الخدمات الأساسية المادية والمعنوية، وتوفير الخدمات التعليمية والثقافية والتربوية، وكل ما من شأنه تأمين رفاهية الفرد والمجتمع.

في ضوء ذلك **يمكن تحديد مقومات الأمن الاجتماعي على النحو التالي:**

التماسك بين أفراد المجتمع والانتماء إلى وطن واحد، والاتفاق على مبادئ سلوكية وأخلاقية واحدة، والتعاطف بين أبناء الوطن الواحد، والاستقرار السياسي، والأمن المعيشي والحياة الاقتصادية، وكذلك توفر الأجهزة والمؤسسات العقابية - الإصلاحية – والمؤسسات الاجتماعية – والجمعيات الخيرية.

وأيضا فإن الحرية والديمقراطية والانفتاح على مختلف الحضارات واللغات، تعتبر من أهم مقومات هذا الأمن بمدلوله الشامل وتجدر الإشارة إلى أن كل الدول التي وصلت الآن إلى مرحلة النضج السياحي، اتخذت هذه الدعائم نفسها كإحدى المقومات الحتمية التي ارتكز عليها النمو السياحي.

ب- الأمن السياحي وعلاقته بالأعراف والتقاليد :

مـن المعلـوم أن الأعـراف والتقاليـد المعمـول بهـا في بلـد مـا تعتـبر بالنسـبة لأفـراد مجتمعه نمط الحياة الأمثل الـذي يجب أن يحترمـه الجميـع في تصـرفاتهم ومعـاملاتهم العادية، وكل معامله أو تصـرف تحيد عـن السـلوك المـألوف بالنسـبة لأفـراد المجتمـع الواحـد، تعـد مخالفـة قـد ترقـى إلى مسـتوى اعتبارهـا جريمـة، وذلـك حسـب تـدرج الأعمال والتصرفات ومدى معارضتها أو تناقضها مع أعراف وتقاليد وعادات المجتمـع الواحد، لـذلك يجـب علـى السـائح نفسـه مراعـاة تقاليـد وعـادات المجتمـع الـذي يـزوره والتعامل مع أفراده حسب المألوف لديهم دون التنـاقض مـع أعـرافهم والقـوانين المنظمـة لحيـاتهم وبالمقابـل فـإن الدولـة ملزمـة بتـوفير هـذا الاحـترام لرعاياهـا والتـدخل لحمايـة المجتمـع، صـيانة لحقوقـه في هـذا الشـأن والحفـاظ علـى كـرامتـه وأصـالته وعـدم اسـتفزازه بالعـادات والتقاليـد الدخيلـة، الـتي قـد يجلبهـا السـائح الأجـنبي في أغلـب الأحيان.

من كل ما سبق نتبين الأهمية التي تكتسبها حماية البيئة الاجتماعية باعتبارها أمناً سياحياً يحافظ على توازن المجتمع ويخلق انسجاماً وتناسـقا بـين الأسـرة البشـرية جميعاً.

٣- مفهوم الأمن السياحي على مستوى الممارسات غير القانونية :

يقصد بالأمن هنا " الحماية القانونية التي تتكفل بها الدولة لزوار البلد المضيـف وهـذه الحمايـة تشـمل الأشـخاص والأمـوال، وعليـه فـإن كـل بلـد يسـتقبل أفواجـاً مـن السياح ملزم بحمايتهم من الاعتداءات والممارسات التي تبـدأ منـذ عبـور السـائح حـدود البلد المضيف .

منذ ذلك الحين تواجه السائح في البلدان التي تفتقر إلى ترتيبات سياحية مبسـطة صـعوبات تتجلـى في الإجـراءات المعقـدة والبطيئـة مـن طـرف الجمـارك ولتجنـب **هـذه الصعوبات فإن الأمر يتطلب :**

١- تـوفر الجمـارك علـى التجهيـزات اللازمـة للقيـام بعملـهم بالسـرعة المتطلبـة، وبالتالي الاستجابة لرغبات أعداد الزوار المتقاطرة عليهم.

٢- تبسيط الإجراءات الجمركية للبضائع التي يحتاجها السواح مثل الأجهـزة في الفنادق والأثاث .....الخ. وكذلك تبسيط وتخفيض الإجـراءات الجمركيـة- لحاجـات

السواح التي يجلبونها معهم لغرض الاستعمال وليس البيع مثل أجهزة كاميرات الفيديو أو التلفون النقال أو بعض أجهزة التصوير.....الخ.

ففي تبسيط الإجراءات تحفيز للسائحين على زيارة البلد المضيف مرة أخرى. وإن الإجراءات في مجال السياحة، باعتبارها صادرات غير متطورة، تماثل التعبئة والتغليف بالنسبة للصادرات المتطورة. ويقصد بها الإجراءات التي تساعد على بقاء السياح في البلد أطول فترة ممكنه بشكل مريح وأمين، وبالتالي كلما كانت تلك الإجراءات التي يقدمها البلد المقصود عند الوصول والمغادرة وكذلك الحركية داخل البلد أبسط وأسهل كانت مرص ذلك البلد أفضل لجذب أفواج السياح.

٣- توفير العنصر البشري الكافي لتسهيل العبور :

إن صناعة السياحة والفنادق تمثل صناعة خدمات والخدمات تعتمد اعتماداً كلياً على العنصر البشري. أن كل شخص يعمل في مجال السياحة والفنادق يعتبر ممثل وسفير لبلده .

إذن تعتمد هذه الصناعة بالدرجة الأولى على العنصر البشري واللازم لتغطية احتياجات العمل السياحي في كل مستوى من مستوياته والمدرب تدريباً عالياً.

٤. يجب أن تتوفر الخدمات السياحية الضرورية في مراكز الحدود سواء أكانت برية أو بحرية أو جوية والمطارات، وهي واجهة البلد فالانطباع الأول يتكون لدى السائح عن البلد الذي يزوده من خلال تعامله مع عناصر الجمارك والهجرة والجوازات الموجودين في المراكز الحدودية .

٥. كذلك من الضروري التركيز على العناصر الذين يتصفون بحسن الاستقبال والمقابلة اللطيفة فضلاً عن اللياقة والكياسة في الحديث وحسن التصرف في المواقف المختلفة والظرف في تناول الحديث وتعليمات الراحة وإجادة اللغات وكذلك لديه حصيلة مناسبة من المعارف والمعلومات العامة التي تساعده على تبادل الحديث مع السائح. وتسهيل إجراءات الدخول دون مشاكل دون تعطل .

٦. إنشاء وتطوير مراكز سياحية وطنية في مراكز الحدود وأماكن تجميع وتواجد السواح لغرض تقديم خدمات إلى السواح من حيث الخرائط والكتيبات والمنشورات السياحية وخدمات الحجز المركزي بين الفنادق والمطاعم والمسارح

والسينما والنقل السياحي وكذلك تقديم النصح والاستشارة للسواح في كافة المجالات سواءً أكانت سياحية أم غير سياحية.... الخ .

وعلى ضوء ما ذكر يجوز القول بتوفر أو بانعدام الأمن السياحي المتوخي .

من جهة أخرى. قد يتعرض السائح لمضايقات وممارسات أخرى من طرف المتطفلين على مهنة الإرشاد السياحي والباعة المتجولين والمتسولين وغيرهم ... كما أن السائح يكون معرضاً أحياناً أخرى للغبن والابتزاز والغش أثناء القيام بمشترياته .

إلا أن الشيء الذي نؤكد عليه أن السلطة يجب أن تكون بالمرصاد عندما يقتضي الأمر التدخل للضرب على يد كل مخالف يرتكب ما من شأنه تعكير مزاج السائح ... وذلك لإرجاع الثقة إلى نفسه وطمأنينتها .

إن السمعة السياحية لأي دولة أو بلد أو منطقة سياحية، لا تبنيها النشرة السياحية الملونة أو المصورة لتلك المناطق أو الإعلان الجيد، أو العبارات الحلوة، بل تبنى تلك السمعة أو تهدم بالمعاملة الحسنة أو غير الحسنة التي تنتظر السائح أثناء سياحته.

رابعاً- مفهوم الأمن السياحي على مستوى الإرشاد السياحي:

بالنسبة للوافدين يحصلون على المعلومات ويتمتعون بالزيارة ويسلكون تصرفات مناسبة تجاه صيانة ورعاية هذه المعالم .

- **السؤال ماذا يقصد بالإرشاد السياحي؟**

الإرشاد السياحي "هو أي نشاط يهدف لإعطاء الزوار معلومات وتعليمات عن المكان الذين يزورونه"، والإرشاد ينفذ عموماً بوسائل عديدة أهمها :

- إتباع تعليمات الدليل السياحي.
- نشر لافتات ولوحات إرشادية بالمتاحف والحوانيت وحدائق الحيوان والأبنية التاريخية والحدائق الوطنية والمناطق المحمية .
- كذلك الكتب والأدلة والنشرات والمطويات وحتى المحاضرات والندوات ....الخ.

دور الإرشاد السياحي في التنمية المستدامة :

وللإرشاد السياحي دور كبير في تحقيق التنمية المستدامة بتحسين نوعية الخبرة المقدمة للزائر، بالتعليمات السلوكية والأمنية التي تقلل التأثيرات السلبية، وتخفض الزحام، بالطرق التالية :

- تثقيف السياح حول طبيعة المنطقة وثقافتها بالإضافة إلى إعلامهم بنتائج أي سلوك مخالف للتعليمات، وهكذا نشجعهم ونرشدهم للسلوك المناسب .
- تحسين نوعية الخبرات المقدمة للزوار بالإضافة إلى قيم السلع السياحية .
- إنشاء نظام مبادرة السائح في دعم وصيانة الثقافية والبيئية المحلية .
- تنظيم وضبط مسألة الكثافة وفق معايير الاستيعاب للمواقع بتوزيع السياح بشكل مناسب وإرشادهم لزيارة أماكن أقل ازدحاماً وتأمين مواقع بديلة يوجهون لزيارتها بدل زيارة المناطق الحساسة.

والقاعدة الأساسية في الإرشاد هي:

" أي أرشاد لا يرتبط بما يعرض ولا يؤثر بشخصية وسلوك الزائر يكون عقيماً".

المطلب الثاني

العلاقة بين الأمن والمنتج والدخل الوطني

بما أن السياحة باتت اليوم إحدى أهم صناعات العصر، فإننا نعتقد بأنها تخضع كغيرها من الصناعات لقوانين اقتصاد السوق، ومن أهم النظريات حول التعامل مع السوق في العالم يمكننا ذكر النظرية الأوروبية الكلاسيكية القديمة التي تدعو إلى ضرورة القيام بدراسة اقتصادية للسوق قبل القيام بعملية التصنيع والإنتاج، والنظرية الحديثة التي ترى بأن السوق موجود دائماً، لذلك فالمطلوب ليس دراسته وإنما الاهتمام بالمنتج (السلعة) بحد ذاته من حيث الجودة والشكل والسعر، كي يتمكن من المنافسة في السوق.

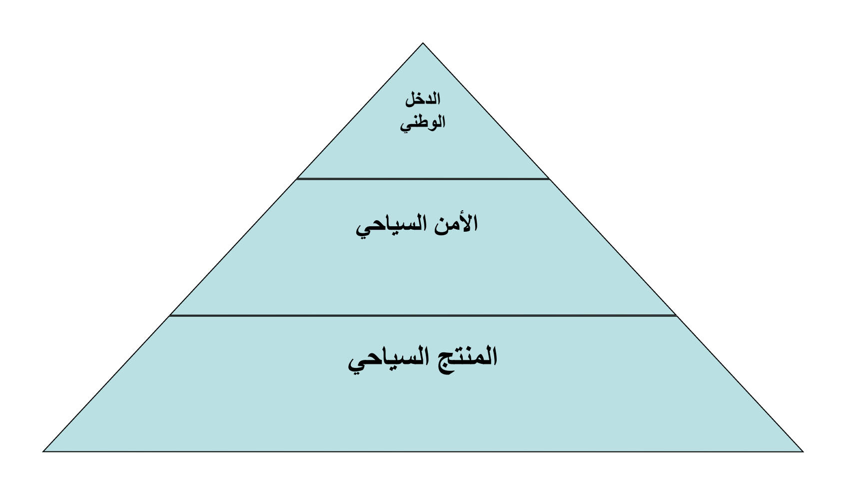
ومن جهتنا ، نعتقد بأن الصناعة السياحية الناجحة في هذا البلد أو ذاك هي تلك التي تهتم، أولاً وقبل كل شيء، بجودة منتجها وتنوعه وتكلفته المعقولة، لكن، أيضاً، تلك التي لا تتنازل عن دراسة السوق السياحية، وذلك لمعرفة قدرة منتجاتها على المنافسة وفي أي مجال وبأية أسعار ، فالجهل بالسوق السياحية قد يؤدي إلى كوارث اقتصادية تنعكس سلباً على الدخل الوطني وبالتالي على مستوى المعيشة.

حيث أن الصناعة السياحية اليوم لا تقتصر على الاهتمام بالمنتج السياحي والقدرة على تسويقه وترويجه فحسب ، بل، أيضاً، على حماية مستهلكي هذا المنتج وتوفير الأمن والأمان والسلامة لهم.

وبمعنى آخر،فإن **صناعة السياحة في الوقت الحاضر عبارة عن مثلث قاعدته المنتج السياحي من جهة والأمن السياحي من جهة أخرى ورأسه الدخل الوطني.** فمن أجل أن تساهم السياحة بنصيبها من الدخل الوطني لابد أن يكون منتجها عالي الجودة ومدروساً أمنياً، فمن" المسلم به أن هناك تداخلاً بين الأمن السياحي والمنتج السياحي، وأن هناك علاقة مطردة بين هذين العنصرين والدخل الوطني" [(١)].

---

(١) مولاي علي العلوي، مفهوم الأمن السياحي وأثره على الدخل الوط ، : مكافحة جرائم السياحة، ا ركـز العر للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض،١٩٩٢،ص١٥٧.



ومن الخطأ القول بان المنتج السياحي هو مجرد تشييد منشآت سياحية، كالفنادق والمنتجعات والمطاعم والاستراحات.....الخ، كما أنه من الخطأ اقتصار الأمن السياحي على مجرد الحماية الشرطية لهذه المنشآت السياحية.

نحن نعتقد أن المنتج السياحي الجيد هو ذلك الذي لا يشتمل على ما ذكر فقط، بل يتعداه إلى ما هو أبعد من ذلك بكثير. وعلى سبيل المثال، فإن الفندق كمنتجع سياحي لا تقاس جودته بفنه المعماري وقدرته الإيوائية فحسب، بل بنوعية شبكة المواصلات المؤدية إليه والمرافق الرياضية والترفيهية وغيرها من المرافق العامة التي تعد عناصر جذب للسائح، من جهة أخرى، فإن مثل هذا المنتج السياحي لا يمكنه المساهمة في زيادة الدخل الوطني وتنمية الصناعة السياحية إلا في حال تحقيق شروط الأمن السياحي الذي، وكما ذكرنا،يتعدى الشرطة السياحية إلى الدراسة الطبيعية والجيولوجية لموقعه تلافيا لكل أنواع الأخطار المحتملة من زلازل وانجرا فات وغيرها من الكوارث التي يمكن أن تهدد أمن وسلامة السائح، إضافة إلى توفير كل متطلبات الأمن الضرورية لمرافقه الداخلية، كالأمن الصحي، مثلاً، الذي يطال الإطعام والتهوية والإنارة ونظافة المستخدمين والعاملين والمعدات والتجهيزات التي يجب أن تخضع للتعقيم باستمرار تحاشياً لكل أنواع الأمراض والإصابات التي في حال حدوثها للسائح يمكن أن تؤدي إلى أضرار بالغة بسمعة هذا المنتج السياحي ومدخوله المادي. وهكذا، فإن " الأمن السياحي المرتبط بالشروط

الصحية والوقائية الواجب توافرها بكل مرافق الوحدات السياحية، وكذا الخدمات الفندقية تجسد بدورها منتوجاً سياحياً يتكامل مع المنتوج السياحي الشامل"[1] .

إضافة إلى ذلك، فإن تفعيل طاقة المنتج السياحي إلى حدودها القصوى لا تحقق إلا في مناخ الحرية والانفتاح على الآخر والتسامح ونبذ العنف، أي باختصار في ظل الأمن الاجتماعي بمفهومه العام.

هذه المسائل وغيرها تبين بما لا يقبل الشك بأن المنتج السياحي إذا ارتبط بأمن سياحي مناسب لا يجلب السياح فحسب، بل يزيد من فرص الاستثمار السياحي المحلي والأجنبي، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على الدخل الوطني، وبالتالي على مستوى المعيشة للناس.

---

(١) ا رجع السابق، ص١٥٢.

المطلب الثالث

" أثر بعض الأحداث العالمية والإقليمية في مطلع القرن الحادي والعشرين وانعكاساتها على السياحة الدولية"

من المعروف أن السياحة الدولية من أكثر الأنشطة تأثراً بالأحداث العالمية والإقليمية ، فالسياحة الدولية هي الجزء الأكثر حساسية في النشاط الخدمي الدولي والتي لا يمكن أن تصبح مستقرة إلا في إطار عالم يتمتع بالهدوء والسلام من جهة وبحالة من النمو الاقتصادي المنتظم Steady economic growth من جهة أخرى .

ولقد تعرض العالم لحوادث عديدة خلال النصف الثاني من الثمانينات والتسعينات من القرن العشرين، تمثلت في خطف طائرات خلال قيامها برحلات دولية وهجوم على مطارات أو خطف وقتل سائحين دوليين أبرياء من بلدان مختلفة ، الأمر الذي دعا إلى تكثيف وتشديد عمليات الأمن في الرحلات الدولية وابتداع نظم جديدة لحماية المسافرين في تنقلاتهم من بلد إلى آخر .

أولاً- الانتفاضة الفلسطينية الثانية والقمع العسكري الإسرائيلي:

وإثر اندلاع انتفاضة الأقصى تكبد القطاع السياحي لدى الكيان الصهيوني أكثر من(٣) مليار دولار . ووفقاً للمعطيات التي أوردها مكتب الإحصاء المركزي الإسرائيلي ومنظمة السياحة العالمية ، فقد تراجع عدد السياح القادمين إلى إسرائيل من حوالي (٢,٤) مليون سائح عام(٢٠٠٠) إلى حوالي (١,٢) مليون سائح عام (٢٠٠١)، أي بانخفاض قدره(٥٠٪)، وتراجع الدخل الناجم عن السياحة من حوالي(٣,٨) مليار دولار إلى حوالي (٢,٢) مليار دولار للأعوام المذكورة.[1]

ومن جهته، فقد شهد قطاع السياحة الفلسطيني أفدح الأضرار بسبب عمليات القصف والتدمير والاعتداءات المتواصلة ضد المدن الفلسطينية في الضفة الغربية

[1] Word Tourism Organization, Compendium of Tourism Statistics, 2003 edition.

وقطاع غزة،وبسبب سياسة الحصار والإغلاق الإسرائيلية . ومن أبرز الخسائر المباشرة التي تعرض لها قطاع السياحة هو الاستثمارات الأجنبية التي بلغت قيمتها (٢٥) مليون دولار، وللدلالة على مدى الخسائر التي لحقت بقطاع السياحة تراجع عدد السياح القادمين إلى بيت لحم، مثلاً، في العام(٢٠٠١) ليصل إلى (٦٣) ألف سائح بعد أن وصل إلى (٩٩٢) ألف سائح في العشر شهور الأولى من العام (٢٠٠٠)، وخسائر مادية تقدر بنحو (٣٠٠) مليون دولار سنوياً . ولمزيد من التوضيح، يمكننا اللجوء إلى المعطيات الإحصائية الصادرة عن منظمة السياحة العالمية التي أشارت إلى تراجع أعداد السياح القادمين إلى عموم الأراضي الفلسطينية من (٣٣٠) ألف سائح عام (٢٠٠٠) إلى (٧) آلاف سائح فقط، وتراجع الدخل الناجم عن السياحة من (١٥٥) مليون دولار إلى (٩) مليون دولار أمريكي للأعوام المذكورة .

ثانياً . أحداث ١١ أيلول ٢٠٠١ : [١]

تعتبر أحداث ١١ أيلول ٢٠٠١ من أشد الأحداث التي تعرض لها العالم الغربي ، وليست الولايات المتحدة وحدها ، في الخمسة والخمسين عاماً التي تلت الحرب العالمية الثانية . وكان لعنصر المباغتة أثر غير عادي على حركة السفر والسياحة ليس فقط بالنسبة للأمريكيين بل وللعالم بأكمله .

لقد أظهرت البيانات الخاصة بالطيران وشركات السياحة قيام عدد كبير من السائحين الأمريكيين وغيرهم بإلغاء حجوزاتهم في شركات الطيران والفنادق وقطع الكثير من الأمريكيين لسياحتهم في الخارج والعودة إلى بلدهم .

ولا شك أن الأثر النفسي على السائحين لم يكن مترتباً على تدمير مركز التجارة العالمي في نيويورك بقدر ما كان متعلقاً بحالة عامة من الخوف والشعور بعدم الأمان . ولقد كان لخطف الطائرات المدنية التي استخدمت في عملية التدمير أثر بالغ في حالة الهلع التي أصابت المسافرين .

---

(١) د. جليلة حسن حسن ـ دراسات التنمية الاقتصادية ـ ٢٠٠٦ ، جامعة الإسكندرية ، ص٢١٢ وما بعد.

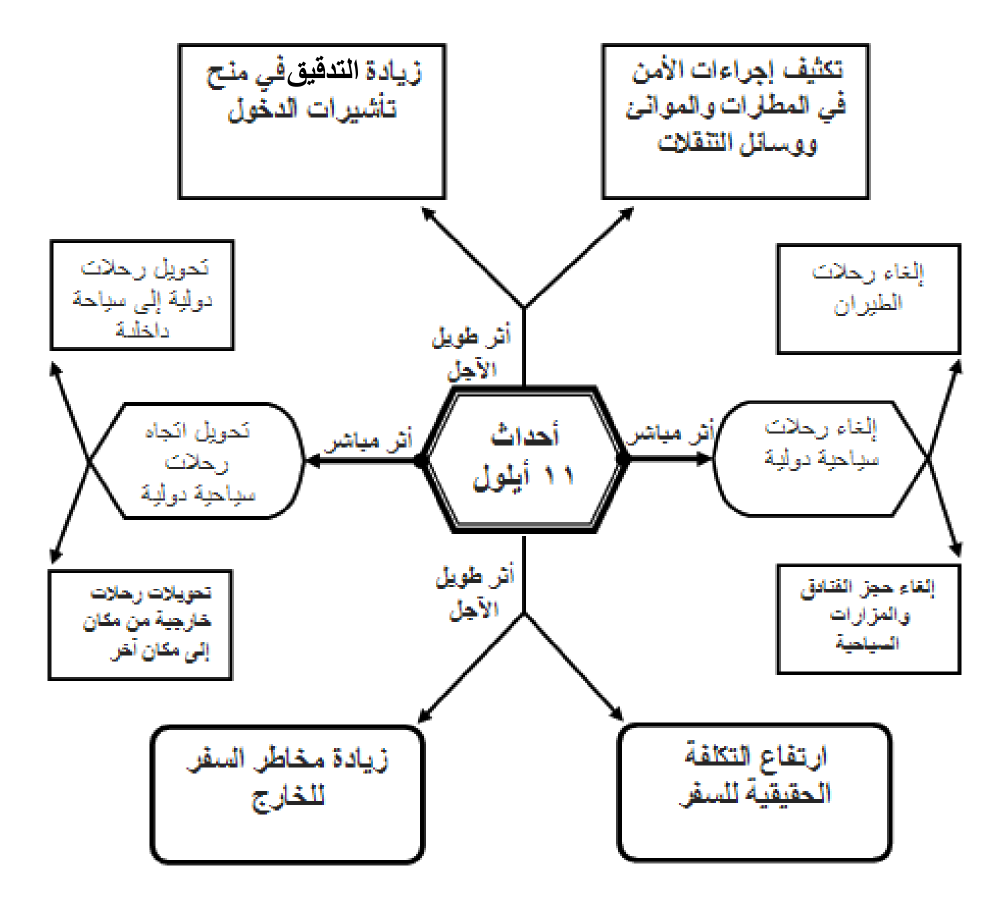
لـذلك انهـارت الثقـة فجـأة في الطـيران ، وهـو الوسـيلة الأولى للتنقلات السـياحية الدولية ، وظهر هذا الأثر في شكل انهيار أسعار الأوراق المالية في البورصات العالمية لشركات الطيران الدولية ، عامة والأمريكية خاصة .

وقد امتد هذا الأثر خلال عام ٢٠٠٢ ، مما أدى إلى حالة كساد عامة أصابت شـركات الطـيران وإلى تسـريح أعـداد مـن المـواطنين والعمـال مـن بعـض هـذه الشركات[1].

وعند تحليل **آثار أحداث (١١) أيلول** علينا أن نبدأ بالولايات المتحدة الأمريكية وسائحيها ثم نرى كيف انتشرت آثار هذه الأحداث في بلدان أخرى . ونستطيع أن نميز هنا بين آثار في الأجل القصير ظهرت مباشرة بعد الأحداث وآثار أخرى ظهرت تدريجياً وامتدت على مدى الأجل الطويل . كذلك نستطيع أن نميز بين تأثير هذه الآثار على حجم السياحة وعلى هيكلها . كما يوضحها الشكل رقم (١) .

---

(١) World Tourism organization market Intelligence and promotion Section , The impact of the attack …. (special report 2001) , p. 30 وقـد قدرت منظمة IATA ا سارة ا باشرة من الأسبوع الأول وحده بعد الأحـداث بنحـو (١٠) بليـون دولار أمريكي (P.4) .



أما **الآثار المباشرة** فقد تمثل أولها في إلغاء الرحلات السياحية الأمر الذي أدى إلى إلغاء رحلات طيران وإلغاء حجوزات فندقية ومزارات سياحية ، وبعض هذه الرحلات ألغيت من داخل الولايات المتحدة قبل القيام بها وبعضها قطعت أثناء القيام بها وعاد السائحون إلى موطنهم .

واختلفت قوة هذا الأثر على بلدان العالم تبعاً لأهمية السياحة الأمريكية في هذه البلدان خلال الربع الأخير من عام ٢٠٠١ . **أما ثاني الآثار المباشرة قصيرة الأجل** فتمثل في تحويل اتجاه رحلات سياحية دولية إلى سياحة داخلية أو تحويلها من بلدان أو مناطق يعتقد أنها أقل أماناً إلى بلدان ومناطق أخرى يعتقد أنها أكثر أماناً أو أكثر جاذبية بالنسبة للمتعة .

فمثلاً في اثر الأزمة زاد الاهتمام بالسياحة إلى الأماكن التي يمكن التمتع فيها بالبيئة الطبيعية الجميلة ، أو ممارسة رياضة الغوص أو الجولف .

كما لعب عنصر المسافة الجغرافية دوره في تقدير مسألة الأمان في السفر فحدث أيضاً تحول نحو تفضيل الرحلات قصيرة الأجل .

وفي هذا الإطار ظهر اتجاه أمريكي غير موافق للسياحة في بعض البلدان الإسلامية خاصة الشرق أوسطية أو العربية ، والتي قيل أن بعض من قاموا بتنفيذ أحداث (١١) أيلول ينتمون إليها . وترتب على هذا الاتجاه في حالات عديدة رغبة في تحويل الاتجاه الجغرافي للرحلة السياحية .

ويمكن تسمية هذا بالأثر التحويلي أو التوزيعي حيث أنه أدى إلى تحويل أو إعادة توزيع السياحة الأمريكية الدولية إلى سياحة أمريكية داخلية أو إلى تحويل السياحة الأمريكية من دول معينة أجنبية إلى دول أخرى ، مثلما حدث في استبدال دول شرق أوسطية بدول في أمريكا الجنوبية ودول الكاريبي .

وفي المقابل كان هناك أثر مماثل بالنسبة للسياحة الدولية في الولايات المتحدة . فلا شك أن الحدث الفظيع آثار مخاوف لدى السائحين من جنسيات مختلفة ليس فقط بالنسبة لأماكن الزيارة والإقامة الفندقية بل أيضاً بالنسبة لرحلة الطيران والتدفق الشديد عند دخول أراضي الولايات المتحدة ، سواحاً أو غير سواح .

ولقد كان الأثر التحويلي ظاهراً بصفة خاصة بالنسبة للعرب والقادمين من منطقة الشرق الأوسط والبلدان الإسلامية ، نظراً لأن الاتهام كان موجهاً في أحداث / ١١ / أيلول إلى المسلمين المتشددين .

ولقد أظهرت بيانات ITA عن طريق منظمة السياحة العالمية (W.T.O) أن انخفاض أعداد السائحين القادمين من بلدان عربية وإسلامية إلى الولايات المتحدة على أثر الأحداث تراوح بين ٤٠ ٪ - ٦٠ ٪ بالمقارنة بمتوسط يصل إلى نحو ٢٠ ٪ بالنسبة لإجمالي السائحين القادمين من الخارج عموماً .

وتشير الإحصائيات إلى أن أعداد السائحين الوافدين إلى أمريكا انخفضت في اثر الأحداث مباشرة بنسبة تبلغ ١٣٪ وقد كان أكثر هذا الانخفاض واضحاً على

النشاط السياحي الدولي في أمريكا خاصة وأن الأشهر التسع الأولى في عام ٢٠٠١ شهدت انخفاضاً لأسباب أخرى منها ارتفاع سعر الدولار الأمريكي(١) .

أما **الآثار طويلة الأجل** فأولها أن الأحداث تسببت في ارتفاع تكاليف السفر مع ارتفاع تكلفة التأمين وتكاليف التدابير الأمنية المكثفة في المطارات وعند الصعود للطائرات وداخلها ، وقد خفف من ظهور أثر تكلفة السفر وأخر من ظهوره مباشرة حالة الكساد الشديد في النقل الجوي والتي منعت شركات الطيران من تحميل المسافرين التكاليف الإضافية .

ولكن هذا الأثر ظهر تدريجياً وسيظل ممتداً على مدى سبع سنوات قادمة مؤثراً في الرحلات السياحية الوافدة أو المغادرة من الولايات المتحدة وغيرها من بلدان العالم .

ولا شك أن كثيراً من التدابير الأمنية أصبحت في حد ذاتها عنصراً مزعجاً له تكلفته النفسية المرتفعة وغير المحتملة في حالات معينة ، ولا شك أيضاً أن تأثير عوامل التكلفة والإزعاج النفسي لم يبق خاصاً بالولايات المتحدة الأمريكية بعد / ١١ / أيلول بل انتقل إلى بلدان أوروبا الغربية وإلى بقية بلدان العالم تباعاً .

ومن **الآثار طويلة الأجل** أيضاً التي ترتبت على أحداث / ١١ / أيلول كمية التدابير الأمنية المشددة التي اتخذتها السلطات الحركية الأمريكية ، وتبعتها في ذلك السلطات الرسمية في الاتحاد الأوربي بالنسبة للقادمين من الخارج عموماً (سائحين أو غير سائحين) .....

وحيث اشتدت هذه التدابير بالنسبة للأشخاص القادمين من بلدان عربية وإسلامية فإنه كان متوقعاً أن تؤثر في النشاط السياحي لبعض أبناء البلدان العربية الذين اعتادوا منذ أواخر ستينيات القرن العشرين قضاء إجازاتهم في أوربا الغربية وأمريكا . (تحولت نسبة متزايدة من السائحين العرب إلى استبدال أمريكا وبعض بلدان أوربا الغربية ببلدان أخرى عربية وشرق أوسطية فانتعشت بذلك السياحة الإقليمية على حساب السياحة العالمية .

---

(١) World Tourism organization , Tourism Highlights , 2002 , p3 .

ثالثاً- الأزمة العراقية - آثارها على السياحة عالمياً والانعكاسات على السياحة الدولية ٢٠٠٢.

أثارت الأزمة العراقية - الأمريكية وتهديدات الإدارة الأمريكية بالتدخل العسكري لإنهاء نظام صدام حسين خلال عام ٢٠٠٢ مناخاً ملبداً بالغيوم في العالم عموماً وفي منطقة الشرق الأوسط خصوصاً . وأدى تصاعد الأزمة إلى تكهنات واسعة النطاق وحالة من الترقب والحذر وعدم التأكد بالنسبة للمستقبل القريب وكل هذا أثر بطبيعة الحال في النشاط السياحي عالمياً .

فلقد بدأ هذا النشاط في الأشهر الأولى من عام ٢٠٠٢ في التخلص تدريجياً من آثار الصدمة العنيفة التي تلقاها في أحداث ١١ أيلول . لكن العودة إلى الحالة الطبيعية كانت بطيئة بشكل ملحوظ وذلك بسبب حالة الضعف التي كان الاقتصاد العالمي ما زال يمر بها بالإضافة إلى استمرار حالة عدم التأكد من ظروف المستقبل بدرجة أو بأخرى لدى منظمي الرحلات السياحية .

فالحقيقة أن أحداً لم يكن متأكداً بعد تماماً هل انتهت الآثار المترتبة على ١١ أيلول أم ما زالت هناك توابع خطيرة ، ومن ثم انتشرت بين الراغبين في القيام بالرحلات السياحية سلوكيات " انتظر لترَ" **"Wait –and See "** والحجز عن طريق الإنترنت بالمجهود الشخصي "Do It Yourself " أو الحجز في آخر لحظة Last minute bookings .

وفي ظل هذه الظروف يمكن أن نرى كيف أضافت الأزمة العراقية إلى غيوم المناخ العالمي للسياحة ، فلقد أسهمت الأزمة في دعم العوامل السلبية التي هيمنت عليه بعد ١١ أيلول ، بعد أن بدأت هذه العوامل في الانحسار تدريجياً .

وفي تقرير [١] عن الأزمة العراقية لاحظ الخبراء أن هذه التغيرات المفاجئة لم تؤد حقيقة إلى تغيرات كبيرة في الحجم الكلي للنشاط السياحي ولكنها ، وهذا هو الأهم ، أدت إلى تحول الطلب السياحي لصالح رحلات إلى أماكن مألوفة وقريبة

---

(١) WTO , World Tourism Barometer , p2 . Vol , No , 1 , June , 2003 .

من موطن السائح ويمكن الوصول إليها بسيارة خاصة أو حافلة أو قطار بدلاً من الطائرة .

كذلك فإن هذه الظروف أفادت في تسويق بعض منتجات سياحية خاصة كما أنعشت بعض قطاعات السوق السياحي العالمي ، على سبيل المثال ، ازداد الطلب على أماكن الإقامة السياحية خلاف الفنادق (الشقق المفروشة والمساكن الريفية) ، كما انتعشت الرحلات ذات الطابع الخاص مثل الرحلات لزيارة العائلة والأصدقاء والأقارب في بلدان أو مدن أخرى وكذلك الرحلات القائمة على دوافع قوية لحب الثقافة أو الرياضة أو التسلية Entertainment[(1)].

وهكذا امتزجت الأزمة العراقية مع الآثار الممتدة أو طويلة الأجل لأحداث ١١ أيلول فترتب على ذلك انعكاسات مختلفة على النشاط السياحي الدولي ، من حيث حجمه واتجاهاته الجغرافية وهيكله .. ولم تكن جميع الانعكاسات سلبية بل إن بعض القطاعات أو المنتجات السياحية كما ظهر استفادت على حساب البعض الآخر، **وباستطلاع المعلومات والبيانات الخاصة بالنشاط السياحي العالمي في ٢٠٠٢ تظهر لنا ثلاث حالات** [(٢)] :

أ- استمرار حالة الانحسار التي تمكنت من النشاط السياحي في ٢٠٠١ ومن ثم تسجيل معدلات نمو سالبة في ٢٠٠٢ ، ومثال ذلك جمهورية التشيك (-٨، ١١٪) وقبرص (-٣، ١٠٪) وإسرائيل (-٩، ٢٧٪) والهند (٦، ٦٪) وفي الكتلة الأمريكية حيث حققت نحو ١٥ دولة معدلات نمو سالبة في النشاط السياحي الدولي ومن بينها الولايات المتحدة (-٧، ٦٪) وشيلي (-٣٥، ١٨٪) .

ب- تحقق معدلات نمو موجبة في ٢٠٠٢ ولكنها معدلات منخفضة بصفة عامة لا تغطي الانحسار الذي حدث في ٢٠٠١ ، مثلما كان الحال في معظم بلدان الكتلة الأوربية .

---

(١) ا رجع السابق .

(٢) مصدر البيانات الإحصائية ، جداول منشورة با رجع السابق ،) p. 3-6 .

ت- تحقق معدلات نمو موجبة ومرتفعة في عام ٢٠٠٢ بما مكن بعض البلدان من تغطية الانحسار الذي حدث في النشاط عام ٢٠٠١ . ومن أكثر الحالات وضوحاً السلفادور (٤ ، ٢٩ ٪) والأرجنتين (١٥،٤ ٪) وهونج كونج (٢٠،٧ ٪) وسيرلانكا (١٦،٦ ٪) وفيجي (١٤،١٪) . وجنوب أفريقيا (١٠،٩٪) وفي منطقة الشرق الأوسط تحققت معدلات نمو موجبة بل ومرتفعة خاصة في لبنان (١٤،٢٪) ومصر (١٢،٦٪) [(١)].

وتستدعي معدلات النمو الموجبة والمرتفعة التي سجلت لبلدان في منطقة الشرق الأوسط التفسير بصفة خاصة .

ذلك لأن الآثار الممتدة لأحداث ١١ أيلول والتهديدات قد أثرت سلباً في المناخ السياحي العالمي ، وليس من المنطقي أن لا يكون لها نفس التأثير في منطقة الشرق الأوسط على البلدان القريبة من النقطة الساخنة الجديدة وهي العراق ، مع استمرار الأحداث الفلسطينية .

وعلى سبيل التأكيد فإن الرحلات السياحية المنظمة من أماكن بعيدة عن طريق الجو إلى منطقة الشرق الأوسط لم تحقق خلال عام ٢٠٠٢ نمواً بل أنها استمرت في التناقص في عدد من البلدان السياحية الرئيسة ، واستمرت الدعاية الإعلامية المغرضة ضد البلدان العربية الإسلامية في الشرق الأوسط وأفريقيا تؤثر بشكل سيئ على الطلب السياحي الدولي في هذه البلدان .

كما أنه لا يمكن تجاهل آثار الأزمة العراقية الممتدة خلال ٢٠٠٢ على الطلب السياحي من بلدان أوربية قريبة تنظم الرحلات منها جواً وبحراً إلى بلدان الشرق الأوسط وشمال أفريقيا .

كل هذه العوامل بطبيعتها لها آثار سلبية على نمو النشاط السياحي . لكن من جهة أخرى فإن العوامل الأخرى التي تولدت من مناخ الأزمات استمرت تلعب دوراً في

---

(١) مصدر الإحصائيات ، ا رجع السابق ، وتظهر إحصائيات (السياحة ـ ا هاز ا ركزي للتعبئة والإحصاء) مصر معدل و أقل وهو (١١.٧ %) لنفس الفترة ، انظر الا اد ا صري للغرف والسياحة ، التقريـر السـنوي لصناعة السياحة مصر ، ٢٠٠٢ ، ص٣٢ .

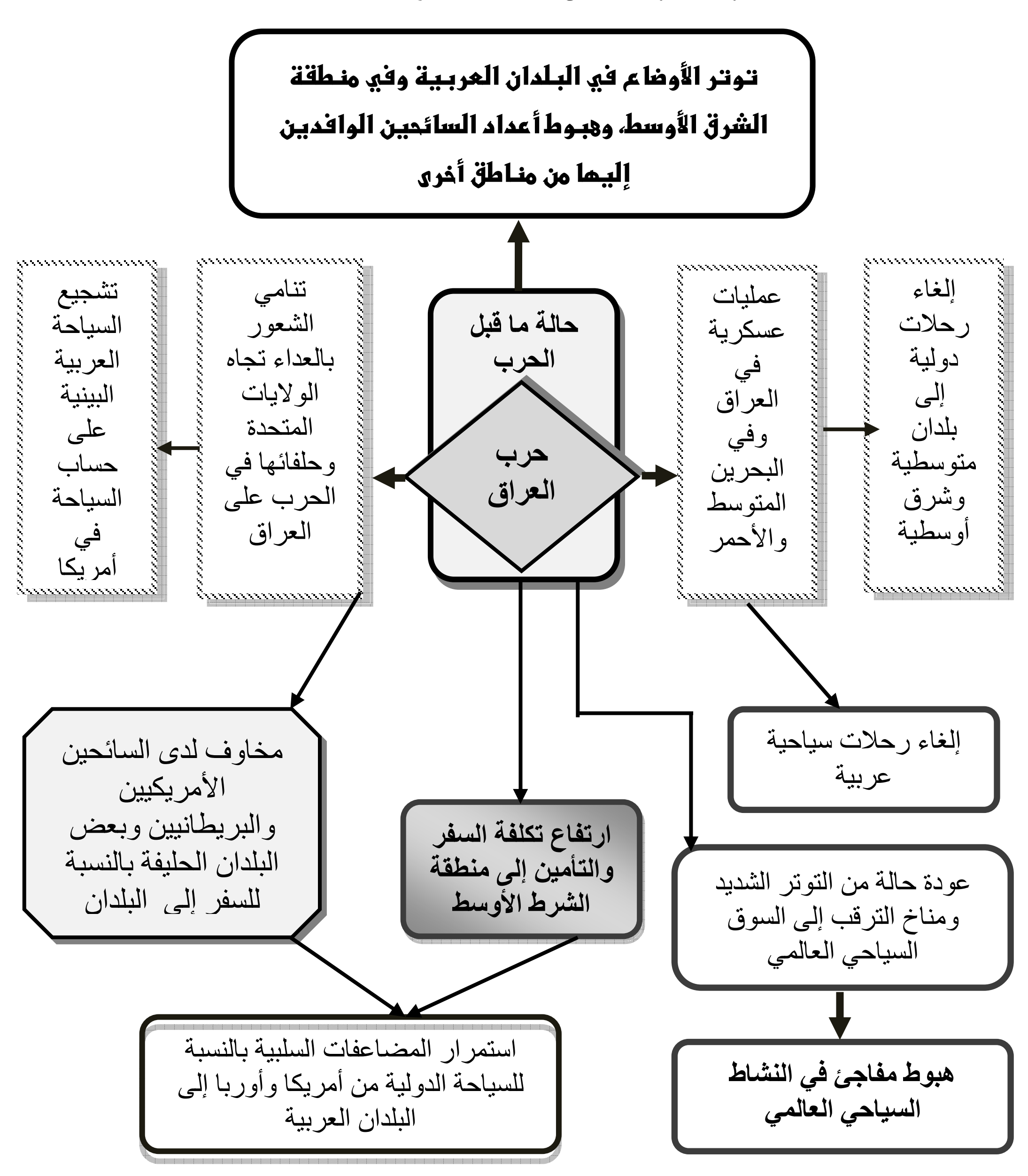
نمـو الطلـب السـياحي بـين دول منطقـة الشـرق الأوسـط وبعضـها بـدلاً مـن نمـوه إلى خارجها كما كان الوضع قبل الأزمات .

ويبـدو أن هـذا الأثـر التحـويلي في الطلب لعب دوراً هامـاً تفوق على دور العوامـل الأخـرى . وخلاصـة الأمـر فـإن العوامـل السـلبية الـتي أثـرت علـى السـياحة عالميـاً ، وخاصـة السـياحة في المنـاطق السـاخنة وكـان علـى رأسـها منطقـة الشـرق الأوسـط ، بسـبب أزمـة العـراق ، قـد لعبـت دورهـا وبشـكل أكـبر في تـأخير انتعـاش الطلـب السياحي الدولي في هذه المنطقة بل واستمرار انحساره في حالات .

ومـن جهـة أخـرى فـإن العوامـل الإيجابيـة الـتي تولـدت في ظـروف المنـاخ السـياحي العـالمي الملـيء بـالغيوم وتسـببت في تغيير اتجاهـات الطلـب السـياحي العـالمي مـن بلـدان لصالح بلدان أخرى ومن منتجات سياحية إلى منتجات سياحية أخـرى كانـت لهـا آثـار تعويضية قللت في حالات من الآثار السلبية بل وتغلبت عليها في حالات أخرى .

شكل رقم (٢)

انعكاسات الحرب العراقية على السياحة الدولية



ويمكن تأكيد دور هذه العوامل الإيجابية الأخيرة في انتعاش السياحة الدولية في بعض البلدان العربية عام ٢٠٠٢ باستعراض نمو النشاط السياحي في دولتين أخريين في المنطقة لم تنتفعا بهذه العوامل ، وهما قبرص وإسرائيل ، ففي قبرص تناقص النمو بنسبة (١١،٣٪) وفي إسرائيل تناقص بنسبة (٢٧،٩٪) وذلك في عام ٢٠٠٢ بالمقارنة بعام ٢٠٠١[1].

ثالثًا-انفجار الأزمة العراقية في ٢٠٠٣ :

تزايد التوتر العالمي في مطلع ٢٠٠٣ بسبب تأكيد التوقعات الخاصة بالتدخل العسكري الأمريكي ـ البريطاني في العراق . وفي شهر آذار ٢٠٠٣ حدثت الحرب مما سبب هبوطاً مباشراً في الطلب السياحي الدولي المرتبط بالرحلات الجوية عموماً ، وبالسفر من أو إلى منطقة الشرق الأوسط وحتى بين بلدان هذه المنطقة .

انظر شكل (٢) .

جدول رقم(١)

معدل نمو النشاط السياحي(٪) في الثلث الأول ٢٠٠٣- بلدان مختارة من الأقاليم الرئيسية في العالم ونسب التغير فيها

الدول / الأشهر	كانون الأول	شباط	آذار	نيسان
تركيا	١٨,١	١٢,٤	- ٢٦,٤	- ٢١,٨
الأردن	١٧,٥	٦,٥	- ١٣,٨	- ٢٤,٧
مصر	٦٤,٣	٢١,٧	- ٢٢,٦	- ١٥,٣
اسرائيل	٣,٩	- ١٤,٠	- ٥٦,٠	١٧,٨
قبرص	١٠,١	٨,٤	- ٣٣,٩	- ٥,٩

- المصدر: WTO: Barometer، Vol. l. No. l، June 2003 ، p.2.

---

(١) WTO , World Tourism Barometer , Vol , No , 1 , June 2002 .

ويشير تقرير منظمة السياحة العالمية إلى أن عدداً قليلاً جداً من الأماكن السياحية في العالم نجا من هذا الهبوط المفاجئ في الطلب السياحي . وعلى المستوى العالمي ، فإن الخبرة والدروس المستفادة من أزمة ١١ أيلول ومن الأزمة العراقية ، التي امتدت عاماً كاملاً ، مكنت صناعة السياحة والمسئولين عنها وعن سياساتها في أماكن العالم المختلفة من التقليل من حدة الآثار التي نشأت مع اندلاع الحرب .

لذلك اتخذت إجراءات لتخفيض الطاقة السياحية (جانب العرض) والتحكم في التكاليف بشكل حاسم .

وكان ظهور مرض سارس SARS في تلك الفترة من أصعب ما واجه صناعة السياحة عالمياً . وهكذا تحقق نمو سالب في النشاط السياحي عالمياً في شهر آذار ٢٠٠٣ لم ينجو منه سوى عدد قليل جداً من البلدان السياحية [١]

ولكن هذا النمو السالب أو الانحسار الشديد في النشاط السياحي بلغ أقصاه في البلدان المجاورة والقريبة من العراق كما بين الجدول (١) ولم يكن هناك معدلات سالبة أعلى من المعدلات المحققة في البلدان المذكورة في الجدول السابق إلا في بعض البلدان الآسيوية التي عانت من ظهور وباء السارس SARS في نفس الوقت[٢].

---

(١) ا رجع سبق ذكره وانظر جداول إحصائية ITA صفحات ٣ ، ٦ هذا ا رجع .

(٢) نفس ا رجع السابق ، ويلاحظ من ا دول أن الا سار كان شديداً أيضاً النشاط السـياحي الولايـات ا تحدة و يع الدول ا ضيفة لسائح أمريكي أمريكا ا نوبية أو أوروبا فلقد كانت ا خاوف شديدة لدى الأمريكي من انتقام العراقي أو ا تطوع الإسلامي أو غ الإسلامي الذين هددوا الولايات ا تحدة حالـة غزو العراق . وقد صدرت ذيرات ر ية عن ا كومة الأمريكية لرعاياها بعدم السفر إ بلدان معينـة العـا والإقلال من السفر إ ا ارج عموماً أو الالتزام بتعليمات مشددة حالة السفر إ ا ارج بغرض قيق الأمان . أما البلدان الآسيوية فإن الا سار الشديد النشاط السياحي شهر مارس إبريل كان جزئياً بسبب الأحـداث وجزئياً بسبب مرض السارس (الالتهاب الرئوي ا اد ا فاجئ) وهو السبب الأهم والأخطر .

المبحث الثالث
المنظمات والهيئات الدولية المعنية بالسياحة

- مقدمة.
- دواعي ظهور المنظمات الدولية.
- فوائد المنظمات السياحية الدولية.
- أنواع المنظمات الدولية السياحية.
  - المنظمات الحكومية.
  - المنظمات غير الحكومية المعنية بالسياحة.
  - الهيئات السياحية القومية الخاصة.

المبحث الثالث
المنظمات والهيئات الدولية المعنية بالسياحة

مقدمة :

السياحة كصناعة هامة ونشطة وعالمية المجال والتأثير ومتعددة الأشكال والمستويات بما يتناسب والإمكانيات الفردية والقومية على حد سواء وتتعدد جوانب تنظيمها وتتداخل بشكل كبير إذ يتولى إدارتها وتنظيم أعمالها العديد من الهيئات والمؤسسات والمكاتب التي تتباين مستوياتها بين الدولية والقومية والإقليمية والمحلية، وهو واقع فرضته طبيعة صناعة السياحة وحاجتها إلى تعاون أعداد كبيرة من المؤسسات وعلى مستويات متباينة من أجل التغلب على أية عقبة أو مشكلة تواجه السائح وهو العنصر المتحرك في هيكل هذه الصناعة.

هكذا أخذت أعداد السواح بالتزايد على الصعيد العالمي، ونتيجة هذا التطور الكبير في مجال السياحة العالمية أدت إلى إيجاد أو البحث عن نظام علاقات دولية منتظمة والتنسيق بينها في مجال التخطيط والبحوث والتسويق العالمي للسياحة.

وإن نجاح وتطور السياحة العالمية في الوقت الحالي يعود سببه إلى استمرار العلاقات والاتفاقيات الدولية السياحية القديمة وتطوير الاتفاقيات لتعود بفوائد متبادلة بين الدول المشاركة في الاتفاقيات السياحية الدولية، تؤمن إجراءات مرنة في مجال النقل الجوي، وتحويل العملة وأمن السواح.

مع تعاظم دور السياحة في مختلف الأنشطة وتوسعها، تعاظمت المشاكل التي تواجه القائمين عليها في مختلف الدول، لهذا انصب اهتمام أصحاب الرأي والقرار في تلك الدول على أهمية الجهود الدولية والإقليمية في هذا المجال الحيوي من الأمن السياحي.

أصبح الاعتراف بالسياحة كنشاط دولي في المقام الأول مفروغاً منه وقد بلغ هذا الاعتراف ذروته، عندما أعلنت الجمعية العامة والأمم المتحدة في إحدى قراراتها

في الدورة الحادية والعشرين بتاريخ ٤/ ١١ / ١٩٦٦ إن عام ١٩٦٧ هو عام السياحة الدولية وذلك تأكيداً **لأهمية السياحة الدولية في المجالات الآتية:**

١. تدعيم التفاهم بين شعوب العالم .

٢. الدعوة إلى الاهتمام بالتراث الحضاري في العالم .

٣. زيادة التعارف بين القيم الثقافية المختلفة .

فقد أوصى الاتحاد الدولي للهيئات السياحية الرسمية الحكومية والوكالات المتخصصة باستخدام شعار **(السياحة طريق السلام)** فضلاً عن مقترحات **أخرى عديدة منها :**

١. إدخال مادة السياحة ضمن برامج التعليم .

٢. القيام بحملات دعائية وطنية بغرض التوعية السياحية .

٣. إعلان يوم السياحة الوطني في كل دولة .

٤. المنافسة المحلية والدولية في بعض الموضوعات المختارة المتصلة بالسياحة .

٥. تنشيط سياحة الشباب ومنحهم تخفيضات خاصة .

فقد كانت نتيجة الاعتراف والاهتمام الواسع بالسياحة كنشاط دولي، هو الاعتماد المتزايد على المنظمات الدولية الفاعلة في هذا المجال أو ذات العلاقة به .

❖ عصبــة الأمم:

من المفيد أن نستعرض جهود عصبة الأمم من أجل السياحة ، ومن أجل تحريرها من عبء الإجراءات والقيود التي كانت الحكومات تفرضها بعد الحرب العالمية الأولى والتي عرقلت نمو السياحة في الفترة بين ١٩١٩م و ١٩٣٩م .

ففي عام ١٩٢٦م دعت عصبة الأمم إلى عقد مؤتمر دولي في جنيف أصدر توصيات ترتب عليها اختصار الكثير من إجراءات جواز السفر.... كما أن اللجنة الاقتصادية لعصبة الأمم أنشأت لجنة فرعية من خبراء السياحة أصدرت هذه اللجنة توصيات خاصة بقيود النقد وإجراءات الجمارك وإحصاءات السياحة وتعريف السائح، كما أعدت اللجنة الاقتصادية لعصبة الأمم مشروع اتفاقية لتسهيل الدعاية التجارية نصت المادة الرابعة منها على إعفاء مواد الدعاية السياحية من الرسوم

الجمركية وقد قوبل هذا الإجراء بتأييد قوي من عدد كبير من المنظمات وخاصة " اليوتو" .

❖ **السياحة والأمم المتحدة :**

١) من خلال الأجهزة الرئيسية :

إن علاقة السياحة بالأمم المتحدة من خلال أجهزتها الرئيسية تبرز في نشاط المجلس الاقتصادي والاجتماعي في نطاق سلطة الجمعية العامة.

ولقد أبدى هذا المجلس اهتمامه الدائم بالسياحة خصوصاً عند الاقتراع على مسألة تنمية السياحة الدولية .

وفي ١٧ / ٧ / ١٩٩٥ اقترع المجلس على قرار أن يقوم بعقد مؤتمر دولي للسياحة يدعو إليه السكرتير العام للأمم المتحدة لمتابعة الدراسات المتعلقة بالمسائل السياحية ، ... الخ .

ثم عقد (مؤتمر الأمم المتحدة العالمي للسفر والسياحة الدولية) في روما سنة ١٩٦٣ وتعرض لكل ما يهم السياحة . كما أن هيئة النقل والمواصلات إحدى لجان المجلس الاقتصادي والاجتماعي وقد اهتمت السياحة كثيراً اقترحت في نفس سنة إنشائها عقد مؤتمر دولي لبحث شؤون جوازات السفر وإجراءات الحدود ، كما ساهمت في عقد مؤتمر النقل البحري سنة ١٩٤٩ ومؤتمر التسهيلات الجمركية الخاصة بالسياحة سنة ١٩٥٤ وقد ألحق به بروتوكول خاص باستيراد مواد الدعاية السياحية والاستيراد المؤقت لسيارات السائحين .

وقد توجت الأمم المتحدة أخيراً اهتمامها بالسياحة عندما أصدرت الجمعية العامة في اجتماعها الرابع والعشرين سنة ١٩٦٩ قراراً أوصت فيه بتحويل الاتحاد الدولي للهيئات السياحية الرسمية (**الأيوتو**) من منظمة دولية غير حكومية إلى منظمة دولية حكومية باسم (منظمة السياحة العالمية **W.T.O**) . وتهدف هذه الأجهزة الرئيسية إلى نشر السلام العالمي والمحافظة عليه وتطوير العلاقات الدولية المتبادلة المنفعة بين جميع دول العالم المشتركة في هذه المنظمات ، وكذلك تهتم

الأجهزة الرئيسية في مجال التعاون وتبادل حركة السواح وتطوير السياحة وبرامجها وبحوثها وتخطيطها ضمن الدول المشاركة(١).

٢) من خلال الوكالات المتخصصة المعنية بالسياحة:

يبلغ عدد المنظمات الدولية الحكومية المستقلة المتصلة بالأمم المتحدة خمس عشرة منظمة هي:

- وكالة الطاقة الذرية (I.A.E.A) .
- منظمة العمل الدولية (**I.L.O**) .
- منظمة الغذاء والزراعة (**F.A.O.**) .
- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (**U.N.E.S.C.**).
- منظمة الصحة العالمية (**W.H.O**) .
- منظمة البنك الدولي للتعمير والتنمية (**I.D.A**) .
- صندوق النقد الدولي (**I.M.F**) .
- منظمة الطيران المدني الدولية (**I.C.A.O**) .
- الاتحاد البريدي العالمي (**U.P.U**) .
- اتحاد المواصلات السلكية واللاسلكية الدولي (**I.T.U**) .
- منظمة الأرصاد الجوية العالمية (**W.M.O**) .
- المنظمة الحكومية البحرية الاستشارية (**I.M.C.O**) .
- اللجنة المؤقتة لمنظمة التجارة الدولية (**I.C.I.T.O**) .
- الهيئة العامة للتعريفات والتجارة (**G.A.T.T**) .

فبعض هذه الوكالات يعنى بنواح معينة من السياحة مثل:

- **منظمة العمل الدولية (Intl.Labor.Org) :**

فإن لهذه المنظمة فضل على السياحة العالمية من حيث:

---

(١) توفيق ، ماهر عبد العزيز – ١٩٩٧- صناعة السياحة – دار وهران – عمان . ص ١٨٣- ١٨٦ .

الاهتمام بالتدريب المهني.

تحديد ساعات العمل وزيادة أيام الإجازات المدفوعة الأجر وتقليل ساعات العمل[1].

- **منظمة الصحة العالمية World Health Org:**

اهتم بتنمية السياحة الدولية . وبالإجراءات الصحية. وذلك بإصدار شهادات التطعيم والحجر الصحي ولها علاقة مباشرة بالسياحة العالمية وتعمل على عدم انتشار الأمراض والأوبئة بين الدول التي لها تبادل سياحي مشترك.

- **منظمة الأرصاد الجوية:**

هذه المنظمة تقدم دراسات عن الأحوال الجوية والمناخ في مختلف بقاع العالم وتساعد شركات النقل الجوي في معرفة الأجواء الجوية في مختلف دول العالم.

- **البنك الدولي للإنشاء والتعمير:**

يقوم هذا البنك بتقديم القروض لإنشاء المشروعات السياحية في الدول النامية[2]. أنشئ عام ١٩٤٥ وهو مملوك من قبل ١٧٤ دولة وهو وكالة متخصصة للأمم المتحدة.

- **المنظمة الدولية للطيران المدني (الايكاو):**

(International civil Aviation Organization) (Icao)

أكد مؤتمر شيكاغو الذي عقد ١٩٤٤ (في أواخر الحرب العالمية الثانية) وضم مندوبين لعدد من شركات الطيران العالمية على الحاجة إلى ضمان الأمن والسلامة لعمليات النقل الجوي، وهو ما شكل حافزاً بعد ذلك للإعلان عن تأسيس المنظمة الدولية للطيران المدني في إطار منظمات الأمم المتحدة في إبريل عام ١٩٤٧ على أن يكون مقرها مدينة مونتريال في كندا[3]، في عام ١٩٦٦م بلغ عدد الأعضاء أكثر من(١٨٨) دولة، وفي عام ١٩٧٧م أصبحت وكالة متخصصة في المجلس الاقتصادي

---

(١) كامل ، مود – ١٩٧٥ – السياحة ا ديثة علماً وتطبيقاً ، القاهرة ص٢٨٤ .

(٢) توفيق ، عبد العزيز – ١٩٩٧ – ا رجع السابق ص ١٨٧ .

(٣) زوكة ، مد يس – ١٩٩٢ – صناعة السياحة من ا نظور ا غرا – الإسكندرية ، دار ا عرفة ا امعية – ص٢٠٨ .

والاجتماعي التابع للأمم المتحدة[1] . هدفها الرئيسي توحيد الملاحة الجوية ووسائل الأمان الجوي وكذلك المطارات الدولية بالإضافة إلى تسهيلات الدخول والخروج في المطارات وهبوط الطائرات وتموينها ، ومن أجل ذلك فهي تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

أ- تحقيق تقدم منظم وسليم للطيران المدني الدولي في العالم وتشجيع تقدم الخطوط الجوية والمطارات وتسهيلات الملاحة الجوية وتحسين سلامة الطيران في الأجواء الدولية.

ب- تشجيع بناء الطائرات الحديثة واستغلالها واستخدامها للأغراض السلمية.

ت- توفير النقل الجوي المأمون والمنظم والاقتصادي الذي يحتاجه العالم.

ث- تجنب المنافسة غير الشريفة والخسائر الاقتصادية.

ج- تشجيع الطيران الدولي بوجه عام فيكون للمنظمة مكتب في كل دولة متعاقدة له الصفة القانونية اللازمة لتأدية وظائفه وله شخصية قانونية كاملة.

ح- تحقيق الاحترام الكامل لحقوق الدول المتعاقدة معها وأن يكون لكل دولة متعاقدة فرصة عادلة لاستغلال خطوط جوية دولية[2].

كما قامت هذه المنظمة بدراسات عن تطور سفر الركاب الدولي بطريقة الجو في شرق وجنوب آسيا ومنطقة الباسيفيكي . ودراسات عن المنطقة الأوروبية. وأصدرت كتاباً عن (الوضع الاقتصادي للنقل الجوي). كما أصدرت كتباً عن التوقعات الخاصة بالنقل الجوي وأنشأت (اللجنة الإفريقية للطيران المدني في عام ١٩٦٩).

وأجهزة المنظمة هي: الجمعية العامة – المجلس – لجنة الملاحة الجوية – و(٤ لجان) هي : لجنة النقل الجوي – لجنة النقل الجماعي – اللجنة المالية – اللجنة

(١) خربوطلي، صلاح الدين، ٢٠٠٢، السياحة صناعة العصر، ط١ ، دار حازم ، دمشق ، ص ٢٨٣
(٢) توفيق ، ماهر عبد العزيز – ١٩٩٧ – ا رجع السابق – ص١٨٧ – ١٨٨ .

القانونية – بالإضافة إلى جماعات خاصة من الخبراء تؤلف كلما دعت الضرورة على ذلك.

- **المنظمة الدولية الاستشارية للملاحة البحرية (الامكو)(I.M.C.O):**

وهذه المنظمة من أحدث الوكالات المتخصصة . وبدأت بالعمل في عام ١٩٥٨ . وهدفها الرئيسي هو العمل على تحقيق التعاون بين الدول الأعضاء في ميدان التجارة البحرية. من حيث نقل الركاب عن طريق البحر وبالتالي بالسياحة البحرية. واشتركت في مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدولية بروما عام ١٩٦٣ وفي عام ١٩٧١ بلغ مجموع أعضائها (**الأيكو**) /٧٢/ عضواً كامل العضوية . ومقر هذه المنظمة (**لندن**). ومن أهدافها :

أ- تأمين التعاون في ميدان القواعد الخاصة بالتجارة البحرية بتحقيق الأمن والسلام للنقل البحري إلى أقصى حد ممكن.

ب- الحرص على تنميتها ورفع مستواها.

ت- كذلك الاهتمام بمشاكل نقل الركاب بحراً.

ث- وقد أقرت في عام ١٩٦٠ القواعد والإجراءات التي تحكم علاقاتها بالمنظمات الدولية غير الحكومية. ومن هذه المنظمات (**اليوتو**).

ج- لقد وجهت هذه المنظمة عناية خاصة بالسياحة مثل إجراءات السياحة البحرية وانتظام الموانئ [1].

- **منظمة الأمم المتحدة للتعليم والعلوم والثقافة (اليونسكو):**

مقر المنظمة في باريس، أنشئت سنة ١٩٥٤ ، تضم أكثر من (١٦٠) دولة . وهي تهدف إلى تنمية التعاون الدولي في كل مجالات النشاط الفكري، تهتم بالسياحة الدولية . ونظراً إلى أن الأنشطة العلمية والتربوية والثقافية والرياضية تدخل في اختصاص (اليونسكو) فإن المؤتمر العام لهذه المنظمة أصدر قراراً أوصى بموجبه

---

(١) توفيق ، ماهر عبد العزيز – ١٩٩٧ – ا رجع السابق ص ١٨٨ .

حكومات الدول الأعضاء بأن تعنى عناية خاصة بتسهيل سفر الأشخاص الذين يزاولون هذه الأنشطة. وأن تعتبرهم طائفة خاصة من السياح .

كما تعنى بمقاومة العنصرية وتطوير التعليم والعلوم الأخرى وتطوير وسائل الاتصالات بين الشعوب المختلفة والوصول إلى التفاهم بين الشعوب .

وأجهزتها الرئيسية هي: المؤتمر العام – والمجلس التنفيذي – والمدير العام – والأمانة – وفي كل دولة من الدول الأعضاء (لجنة أهلية) تقوم بدور حلقة الاتصال في كل ما يهم المنظمة من شؤون ، كما تصدر هذه المنظمة دراسات ومطبوعات ، ووثائق سياحية يمكن الرجوع إليها وهي (الدراسة في الخارج) (**Study Abroad**) والعطلات في الخارج (**Holidays Abroad**) والسياحة في الخارج – وإجراءات الحدود (Travel Abroad- Frontier For militias) والأخير كان يتم نشره بالتعاون مع (اليوتو) .

ومن أحدث المشروعات التي أسهمت بها (اليونسكو) والوثيقة الصلة بالسياحة الدولية ، مشروع إنقاذ آثار ومعابد (**فيله**) في النوبة (١٩٧١) . كما دعت (اليونسكو) إلى عقد اجتماع في دار السلام عاصمة تنزانيا في عام ١٩٧١ لبحث الوسائل الكفيلة بدراسة لغات وسط شرق أفريقيا[1].

دواعي ظهور المنظمات الدولية :

١) تعاظم الحركة السياحية الدولية واشتداد المنافسة وفرص الاحتكاك الدولي . إن المنافسة فضلاً عن كونها غريزة إنسانية طبيعية تطورت حتى أصبحت غريزة دولية. ففي السياحة لها طابع خاص يزيد من حدتها وهو أن مكسب أحد الأطراف يكون على حساب الأطراف الأخرى لأن الأسواق السياحية نسبياً محدودة وثابتة.

(١) كامل ، مود ١٩٧٥ – ا رجع السابق – ص ٢٨٥ – ٢٨٦ .

٢) مشاكل النقود التي تتميز بها السياحة كصادرات غير منظورة دون غيرها من الصادرات حيث أن الأموال تنتقل في جيوب السواح من بلد لآخر وليس على الورق بواسطة اعتمادات مصرفية أو تسهيلات ائتمانية أو اتفاقيات.

٣) مشاكل الجمارك والجوازات والتأشيرات مسألة قائمة بالنسبة للسواح بصفة أشخاص طبيعيين وليسوا سلعاً مادية.

٤) نتيجة لكل ذلك ظهرت الحاجة الملحة إلى وجود المنظمات السياحية الدولية.

فوائد المنظمات السياحية الدولية :

١) جمع الأطراف المعنية بالسياحة في مواجهة مشاكلهم والاتفاق على وسائل التغلب عليها لغرض المصلحة العامة لهم جميعاً .

٢) تهذيب المنافسة بالذات بين الدول التي تربطها علاقة جوار، ولهذا نرى منظمات دولية تجمع بين دول متنافسة في إطار واحد لتلافي فقدان السواح تماماً ، نتيجة المنافسة الضارة بينهم ، فيقومون من خلال تلك المنظمات بجهود إعلامية مشتركة، ثم تجتهد كل دولة في جذب السواح إليها .

٣) توحيد الأسس الإحصائية في جميع الدول .

٤) إيجاد التشريعات السياحية الدولية المشتركة والتي تكمل القوانين المحلية لكل دولة.

٥) رفع مستوى المهنة والعاملين فيها ونشر الدراسات العملية للسياحة[1].

أنواع المنظمات الدولية السياحية :

وهي المنظمات التي تنشأ بمعاهدة بين دول العالم من أجل تنظيم أو ممارسة نشاط سياحي محدد متفق على أبعاده ونصيب كل دولة منه ، أي أنها تشكل صورة

---

(١) توفيق ، ماهر عبد العزيز – ١٩٩٧ – المرجع السابق ص١٨٨-١٨٩ .

من صور العلاقات والتعاون الدولي في إطار محدد يتمثل في السياحة. وكانت مثل هذه الهيئات الدولية حتى الحرب العالمية الأولى تتم بصورة ثنائية أو بين عدد محدود من الدول غالباً وفي إطار محدود يقتصر على نشاط بعينه من أنشطة السياحة والترويج مثال ذلك إنشاء الاتحاد العالمي لأصحاب الفنادق عام ١٨٦٩، والرابطة العالمية للجمعيات السياحية عام ١٨٩٨ والتي تكونت من أجل توثيق التعاون بين عدد من الجمعيات الأوروبية التي تولت تنظيم ممارسة الهوايات كتسلق المرتفعات وقيادة السيارات والدراجات واليخوت في المملكة المتحدة وفرنسا وألمانيا وسويسرا وإيطاليا. واتسع مجال نشاط هذه الرابطة وانضم إليها بعض الدول الأوروبية الأخرى مما أدى إلى تغيير اسمها عام ١٩١٩ وأصبح الاتحاد الدولي للسياحة International Tourism Association (ITA) ومقره جينيف بسويسرا .... الخ .

وتعددت الهيئات السياحية الدولية ذات الطبيعة النوعية في مجال أنشطة السياحة والترويج خلال عقدي العشرينيات والثلاثينيات ، **وهي هيئات أو منظمات أسسها الممارسون أنفسهم مثال ذلك ما يأتي :**

- الاتحاد العام لليخوت International Federal of Canoe عام ١٩٢٤.
- الاتحاد العالمي للمخيمات **International Federal of Camping** عام ١٩٣٢ .
- الاتحاد العالمي لجمعيات تسلق مرتفعات الألب عام ٩٣٢ .
International Union of Association of Alienist

ونشطت الاتفاقيات العالمية بصورة خاصة بعد الحرب العالمية الثانية بعد استقرار الأوضاع الأمنية والاقتصادية في العديد من مناطق العالم. مما أسهم في نشاط صناعة السياحة العالمية، وهو أمر تطلب توفير إطار عالمي لهذه الصناعة يكفل لها التطور والازدهار وللسائح الأمان وحرية الانتقال والإقامة، لذلك عقدت الاتفاقيات الدولية

التي تمخضت عنها المنظمات والهيئات الدولية الحكومية وغير الحكومية والمنظمات الإقليمية الرئيسية التالية[١]:

أولاً: المنظمات الحكومية :

وهي التي تنشأ بمعاهدة بين الدول وتتميز بالصفات التالية :

١. لا تنشأ بغير معاهدة بين الدول، ويمثل حكومة كل دولة وفد رسمي له صوت واحد عند الاقتراح، مهما بلغ عدد أعضاء الوفد.

٢. لها شخصية معنوية قانونية دولية.

٣. تتمتع بالاحتكارات والامتيازات.

٤. يتمتع موظفوها بنوع من الحصانة ومن حقهم دخول مقرها الرسمي في أي دولة كانت وليس لهذه الدولة الحق في منعهم من الدخول.

٥. المنظمة الدولية الحكومية لا تخضع للقانون المحلي للدولة التي يقع فيها مركزها الرئيسي أو أحد فروعها[٢].

ومن هذه المنظمات :

❖ **الاتحاد الدولي للنقل الجوي (IATA) :**

International Air Tourism Association

أنشئ الاتحاد في هافانا بكوبا عام ١٩٤٥ من قبل سبع وخمسون عضواً من واحد وثلاثين دولة تمثل بشكل أساسي أوربا وأمريكا الشمالية، ومنذ ذلك الحين وصناعة الخطوط الجوية تشهد نمواً متسارعاً، وفي عام ١٩٩٥ بلغ الأعضاء (٢٣٠) عضواً من (١٣٠) دولة بأنحاء العالم، ويهدف الاتحاد إلى ضمان تشغيل خطوط النقل الجوي عبر دول العالم المختلفة بأمان انتظام، وفي إطار هيكل اقتصادي سليم متفق عليه من حيث مستوى أسعار نقل الركاب وشحن الأمتعة والأغراض المختلفة

---

(١) زوكة ، مد يس ١٩٩٢ – ا رجع السابق ص ٢٢٠٥ – ٢٠٧ .

(٢) توفيق ، ماهر عبد العزيز – ١٩٩٢ – ا رجع السابق ص ١٨٩ .

بمواصفات محددة وفي أطر موحدة[1]. وتصل عقوبة الشركات الأعضاء المخلة للتعليمات إلى حد الشطب من سجلات الاتحاد وفرض غرامات مالية باهظة.

❖ **أهم الأهداف التي تسعى إليها (IATA) :**

١. توحيد أسعار السفر بصورة عامة وتوحيد أسعار نقل الشخص، الأمتعة، والبضائع.

٢. توحيد الشروط والقواعد الخاصة بسندات حركة الأفراد وتذاكر السفر والوزن الزائد.

٣. إيجاد نظام غرفة المقاصة لتسوية استحقاقات شركات الطيران مع بعضها البعض .

٤. التخفيض على أسعار السفر لبعض الهيئات والركاب مثل التخفيضات العائلية للمجاميع السياحية، الطلبة، تذاكر الذهاب والإياب خلال(٣) أسابيع، تخفيضات في مواسم الكساد ولمنظمي السفرات السياحية.

يهدف اتحاد النقل الجوي الدولي (**IATA**) والمنظمة الدولية للطيران المدني (**ICAO**) إلى ترويج السفر العالمي الجوي والأمان الجوي.

تحسين السلامة والثقة في الخدمات الجوية .

إظهار الميزة في أهمية دور صناعة النقل الجوي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية محلياً ودولياً .

دعم صناعة النقل الجوي للوصول إلى مستويات مناسبة من الربحية .

الربحية ضرورية لتمويل التوسع والتطوير لتقديم مستويات جيدة من الخدمات التي يحتاجها المستهلك .

جمع الإحصائيات عن صناعة النقل الجوي وحوادث الطيران .

وضع مقاييس التكلفة والمعايير البيئية لأعمال النقل الجوي العالمي .

---

(١) زوكة ، مد يس – ١٩٩٢ – ا رجع السابق ص ٢٠٧

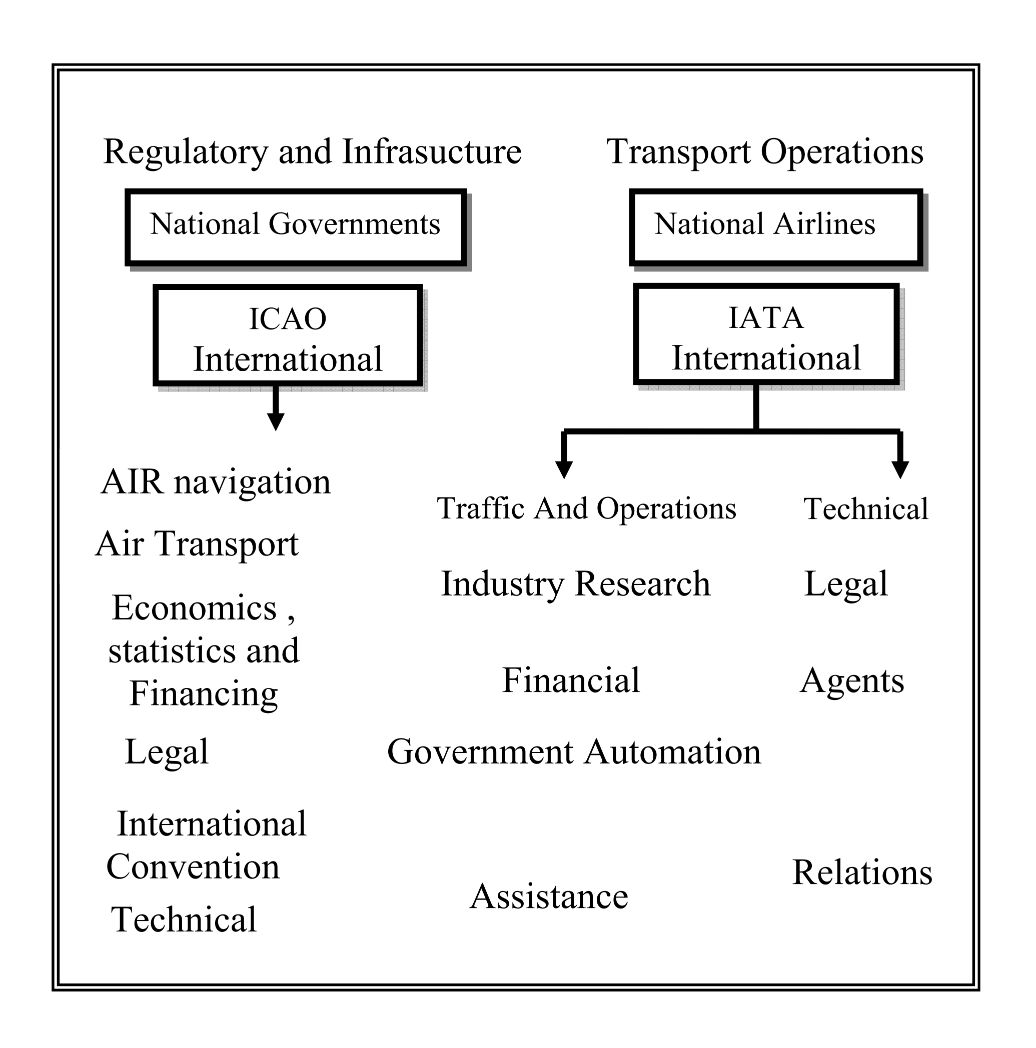
التعريف والتوعية عن موقف صناعة النقل الجوي ودعم القرارات الرئيسية التي تخصها.

وعبر جهود المنظمة لتسهيل السفر الجوي تعمل الاياتا **IATA** على توفير أكبر فاعلية للجوانب الفنية المتعددة للسفر، **وأبرزها** :

التذاكر . فحص الحقائب . الإجراءات البرية . تبادل المعلومات إلكترونياً . التوصل مع الحكومات . متابعة عقد اتفاقيات ثنائية، كما تدرس المنظمة أسعار السفر الدولية خلال مؤتمرات أياتا **IATA** للتعريفة.

مخطط يبين مسؤوليات **IATA** و **ICAO** والفرق بين أعمالها[1]

[1] Donald. E.Lundbery" The Tourism Business" Van No strand , New York . 1990 P76 .



❖ المنظمة الدولية للسياحة **WTO** : World Tourism Organization

هـي منظمـة دوليـة ذات صـيغة حكـومية رسمـية[1] أعلـن عـن تأسيسـها في مدريـد بأسبانيا عـام ١٩٧٥ بعـد تغيير اسمها القـديم (الاتحـاد الـدولي للمنظمـات السـياحية الرسميـــة) International Union of official Travel Organizations(IUOTO

حيـث أن منظمـة السـياحة العالميـة (**WTO**) أصـبحت في يومنـا الحـالي مـن أكـبر

---

(١) تع هذه الصفة (حكومية ر ية) وتبعيتها للأمم ا تحدة من الناحيت ا الية والتنظيمية حيث يعـ عرفـة ا معية العامة للأمم ا تحدة .

المنظمات الدولية التي تعنى بشؤون السياحة العالمية والسفر، وتتعاون منظمة (**WTO**) مع منظمات الأمم المتحدة لغرض دفع وتطوير الأهداف الاجتماعية والاقتصادية لدول العالم وهذه المنظمة ممثلون في الأمم المتحدة.

وتهدف المنظمة الدولية للسياحة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. زيادة التعاون الدولي في مجال السياحة .

٢. تطوير السياحة لزيادة دورها في تحقيق التنمية الاقتصادية للدول وزيادة التفاهم وسيادة روح السلام والمحبة بين الدول ، وتأكيد حقوق الإنسان والحرية بين شعوب العالم ودون تمييز بينها يعتمد على الجنس واللغة أو الديانة أو النوع .

٣. الاهتمام بتحسين أحوال السياحة الدولية وإزالة القيود التي تعترض مساراتها أو على الأقل العمل على التقليل من تأثير مثل هذه القيود أو المعوقات[1].

ولكي تحقق المنظمة الدولية للسياحة أهدافها تقوم بما يلي:

- إجراء الأبحاث والدراسات التي تحدد أبعاد الأنشطة السياحية في العالم من حيث التسويق والطلب ورصد كل ما يطرأ عليها من تغييرات .
- إجراء عمليات مسح شاملة على مستوى العالم من أجل رصد المؤثرات البيئية على نمو وازدهار السفر والسياحة .
- تطوير الأساليب والأدوات والعلامات ولغات التفاهم والتعامل التي تجعل عمليات السفر والسياحة أكثر سهولة وأسهل من حيث فهم السياح لها .
- المساعدة في تنفيذ المشاريع المشتركة الهادفة إلى تطوير أساليب إدارة المشروعات السياحية .
- تبادل المعلومات والدراسات السياحية بين الدول الأعضاء في المنظمة.
- إعداد البرامج الخاصة بتدريب العاملين بصناعة السياحة وأنشطتها المختلفة.
- العمل على إزالة القيود على السفر والسياحة أو التقليل من آثارها ، مع المساعدة في عمليات تطوير الأجهزة الحكومية الرسمية العاملة في مجالات إصدار

---

(١) توفيق ، ماهر عبد العزيز – ١٩٩٧ – ا رجع السابق ص ١٩٢ .

جـوازات السـفر ، سياسـات تسـجيل الأجانـب ، وإصـدار تأشـيرات الـدخول ، والإجراءات الجمركية.

- عمل وتنظيم الإحصائيات السياحية المتعلقة بالدول الأعضاء .
- إقامة مؤتمرات للسياحة العالمية .
- إصدار مجلة تحتوي على بحوث ومعلومات عن السياحة الدولية ، وتوزيع الكتب والنشرات السياحية منها :

International Travel Statistics .
Travel Research Journal .
World Travel .
Technical Bulleting …

- التعاون التقني للدول الأعضاء في مجال السياحة والسفر .
- ترويج وتطوير السياحة المحلية والعالمية .
- التركيز على صناعة الفنادق وعلاقتها بالسياحة .
- التركيز على صناعة النقل السياحي العالمي .
- معاونة الدول الأعضاء في النهوض بالسياحة ومساعدتها في التدريب المهني .
- العمل على توفير السلوك المنظم والمنسق بين الدول الأعضاء تجاه المشاكل السياحية ومشاكل الفيزا وإجراءات السفر والحجوز والجمارك وتنظيم شؤون الإيواء – نظام تصنيف هيكل إداري ومهني .
- مصادر وطرق تمويل المشاريع السياحية : دراسات أولية للاستثمار – دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع – تحليل الكلفة والعائد .

والأمثلة كثيرة عما أنجزته المنظمة نذكر بعضها :

- في النيجر (١٩٩٠ – ١٩٩٢) إنشاء نظام كمبيوتر لعملية الإحصاء السياحي وتشكيل قاعدة معلومات سياحية وتدريب كادر لتطبيق النظام الجديد .
- في أوغندا (١٩٨٦ – ١٩٩٣) إعداد استراتيجيات تسويق وابتكار مشوقات سياحية وتدريب موظفين عن التخطيط والتسويق، وإكمال خطة السياحة الوطنية .

- وفي عمان (١٩٨٩ – ١٩٩١) تَّم إعداد سياسة تنمية سياحية وطنية بعيدة المدى وبرنامج عمل خمس وتدريب موظفين على التخطيط والتسويق والتنفيذ[١].

وترتبط بهذه المنظمة عدة لجان هي:

- اللجنة الفنية للتنمية السياحية .
- اللجنة الفنية لرفع قيود السياحة .
- اللجنة الفنية للمعدات السياحية .
- اللجنة الفنية للأبحاث والدراسات السياحية .
- اللجنة الفنية للنقل .
- اللجنة الفنية للفنادق[٢] .

❖ **أجهزة المنظمة[٣] :**

ينص ميثاق المنظمة على ثلاث أجهزة رئيسية :

الجمعية العامة: وتمثل السلطة العليا ، وتشكل من مندوبين عن الدول الأعضاء جميعاً مع ممثلين للأعضاء المشاركين أو المنتسبين، وتجتمع الجمعية العامة مرة كل عامين. ولها اختصاصات عديدة منها تعيين الأمين العام وإقرار كل السياسات .

المجلس التنفيذي: ويتكون من ممثلي الأعضاء العاملين بواقع عضو لكل خمسة أعضاء مع مراعاة التوزيع الجغرافي المتكافئ وينضم إليه عضو يمثل الأعضاء المنتسبين، ولا يكون لهما حق التصويت. ومدة العضوية أربع سنوات مع تجديد نصف الأعضاء كل سنتين ولكن دولة المقر (**أسبانيا**) لها مقعد دائم في المجلس التنفيذي. ويجتمع المجلس مرتين في السنة على الأقل.

الأمانة العامة: وتتكون من الأمين العام ونائبه وعدد من العاملين يتطلبه حسن سير العمل بالمنطقة ، وتعين الأمين العام يكون بتوصية من المجلس التنفيذي بأغلبية ثلثي الأعضاء العاملين لمدة أربع سنوات قابلة للتجديد ، على أن يكون مسؤولاً أمام

---

(١) خربوطلي ، صلاح الدين – ٢٠٠٢ – السياحة صناعة العصر – دمشق – دار ا ازم ص ٢٨٢ .

(٢) زوكة ، مد يس – ١٩٩٢ – ا رجع السابق ص ٢٠٩- ٢١٠ .

(٣) د. مسعد، ي مد، ٢٠٠٦، التنظيم الدو السياحي ب الفكر والواقع ، ط١، مركز الإسكندرية للكتاب . ص ٤٦- ٥١.

الجمعية العامة ويقدم تقارير عن أنشطة الأمانة العامة ويعد برنامج عملها وموازنتها التقديرية، ويكون موظفو المنظمة مسؤولين جميعاً أمام الأمين العام، ولهم جميعا الصفة الدولية ولا يتلقون أية تعليمات من أية حكومة أو جهة خارجية.

❖ **عضوية المنظمة :**

أعضاء عاملون: وهي الدول كاملة السيادة.

أعضاء مشاركون: الدول غير كاملة السيادة أو الأقاليم التي تتولى شؤونها الخارجية دول أخرى.

أعضاء منتسبون : وهي الأجهزة والهيئات الحكومية والمنظمات والشركات والاتحادات المهنية التي يتصل نشاطها بالسياحة .

وقد وصل عدد الدول الأعضاء إلى أكثر من ١٢٥ دولة بينما بلغ عدد الأعضاء المنسبين إلى أكثر من ٣٠٣ **عضو** يمثلون القطاع السياحي **(العام والخاص)** في مختلف دول العالم.

❖ **موازنة المنظمة :**

تعتبر الاشتراكات السنوية للأعضاء العاملين والمشاركين والمنتسبين بالإضافة إلى المصادر الأخرى كبرنامج معونة الأمم المتحدة والتبرعات وحصيلة بيع مطبوعات المنظمة، مصدرا لتمويل نشاطاتها وبرنامج عملها في كل دول العام .

❖ *لجان المنظمة :* وتقسم إلى نوعين من اللجان:

النوع الأول: اللجان الإقليمية حيث تقسم المنظمة العالم إلى ستة لجان إقليمية تضم في عضويتها الأقاليم الأعضاء وهي :

اللجنة الأفريقية (٤٣ عضو) .

لجنة الأمريكتين (٥١ عضو).

لجنة شرق أسيا والباسيفيك (٤٠عضو).

لجنة جنوب أسيا (١٠ عضو) .

لجنة الشرق الأوسط (١١ عضو) .

لجنة أوروبا (٢٢ عضو) .

النوع الثاني : وهي اللجان الفنية للمنظمة :

لجنة البرامج والتنسيق .

لجنة الميزانية .

لجنة التسهيلات .

لجنة البيئة .

لجنة الإحصاءات.

❖ **لغات المنظمة:**

تنص المادة ٣٨ على أن اللغات الرسمية للمنظمة هي الإنكليزية والفرنسية والروسية والأسبانية. وكانت الجمعية العامة قد وافقت في سبتمبر ١٩٧٩م على إضافة اللغة العربية غير أن هذا القرار لم يدخل حيز التنفيذ .

مجالات أنشطة منظمة السياحية العالمية :

بذلت المنظمة منذ مولدها جهوداً كبيرةً لتطوير صناعة السياحة كوسيلة للتطوير الاقتصادي ومساعدة الدول الأعضاء وخاصة الدول النامية ، ويغطي برنامجها ستة مجالات :

❖ **التعاون الفني في التنمية :**

حيث تعتبر المنظمة أداة برنامج الأمم المتحدة للتنمية (**UNDP**) حيث تقدم للدول معونات واسعة في مجال السياحة ـ كمشروعات التنمية السياحية والاحتياجات الاستثمارية ونقل التكنولوجيا وغيرها ـ وقد تم تنفيذ أكثر من ٦٥٠ مشروعاً في العالم من عام ١٩٨٠م .

❖ **التعليم والتدريب:**

نظراً لأهمية العنصر البشري في صناعة السياحة أولت المنظمة برنامج التدريب والتعليم عناية خاصة ومن ذلك ـ دعم وتنمية مراكز التعليم الوطنية بالبرنامج والمطبوعات والخبراء ـ إنشاء شبكة معلومات فنية عن طريق الكومبيوتر لنظم التعليم والتدريب السياحي ـ تنظيم برامج ودورات تدريبية لدراسة التخطيط السياحي واقتصاديات السياحة والسياسات السياحية والفندقية وغيرها لتنمية الثروة البشرية في المجالات السياحية العديدة .

❖ **البيئة والتخطيط :**

تعاون الدول الأعضاء في رسم السياسات والإجراءات اللازمة في تنفيذ خطط التنمية السياحية.

الاهتمام بالتخطيط المتكامل للمناطق السياحية.

دراسة سبل حماية البيئة الطبيعية والمحافظة على المناطق الأثرية، والغابات المفتوحة.

دراسة الآثار الاجتماعية المترتبة على التنمية السياحية.

دراسة الآثار الاقتصادية المترتبة على التخطيط السياحي.

خطة عمل للسياحة المتواصلة.

الإحصائيات وأبحاث السوق :

تعتبر جهود المنظمة في مجالات الإحصاءات من حيث عدد السياح والليالي السياحية والدخل السياحي والإنفاق وترتيب الدول مع التنبؤات العلمية المستقبلية خير وسيلة لمساعدة مسؤولي السياحة لرسم السياسات، كما أن بحوث السوق وطرق إعداد استراتيجيات التسويق والتنشيط تساعد الدول النامية في تطوير السياحة كوسيلة للتطوير الاقتصادي.

❖ **نوعية الخدمات السياحية :**

تسعى المنظمة إلى إزالة العقبات في مجال السياحة بتبسيط إجراءات السفر والجمارك والنقد وسلامة وصحة السائح وجودة الخدمات السياحية وتحريرها في إطار اتفاقيات الجات ومولد منظمة التجارة الدولية واتفاقية تجارة الخدمات **(الجاتس)**.

❖ **الاتصالات وتوثيق المعلومات :**

تصدر المنظمة عدة مطبوعات هامة منها على سبيل المثال الكتاب السنوي للإحصاءات السياحية - المختصر في الإحصاء السياحي - بارومتر السفر والسياحة - قائمة معاهد التدريب السياحي في العالم - دليل تطوير المحميات السياحية - دليل المخططين والمحللين للسياحة - تنبؤات السياحة العالمية حتى ٢٠٢٠ وغيرها، كما أن مركز التوثيق الخاص بالمنظمة يقوم بتوزيع المعلومات والوثائق الخاصة بالسياحة

لكل دول العالم عن طريق شبكة المعلومات الالكترونية وينشر كل المعلومات بعدة لغات في الصحف والمجالات ويشارك بالمعارض الدولية الرئيسية في العالم، وتعتبر وثائق المنظمة من أهم المراجع للدارسين أو متخذي القرار .

❖ **السوق الأوروبية المشتركة E.E.C :**

European Economic Community

مقرها في بروكسل ومن أهم أهدافها التي تتعلق بالسياحة :

١) إزالة الصعوبات أمام انتقال الأموال والأفراد بين الدول الأعضاء .

٢) العمل على إيجاد سياسة موحدة للقطاعات السياحية . اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وبيئياً وحضارياً ... الخ .

٣) تطوير وسائل النقل العامة والسياحية . المواصلات الحديدية بكافة أنواعها والنقل البحري والبري والجوي ... الخ . وكذلك الاتصالات بين الدول (تلفون – تلكس – فاكس – بريد نقال ... الخ .

٤) إزالة العقبات أمام إصدار سمة الدخول (**الفيزا visa**) لهذه الدول بحيث أن أي سائح يحصل على سمة الدخول لأي دولة من الدول الأعضاء ويستطيع أن يدخل بقية دول المنظمة بنفس الفيزا .

❖ **الإتحاد الدولي لوكالات السفريات (FIAT)**

مقرها بلجيكا – بروكسل من أهم أهدافها :

١) جمع الاتحادات المهنية في اتحاد دولي خاص بوكالات السفر لكل دول العالم .

٢) دراسة المصالح المهنية لجميع مكاتب السفر .

٣) الحصول على مستوى دولي بالاعتراف الرسمي بمهنة و كيل السفر

٤) تنظيم مؤتمرات دولية .

٥) نشر المعلومات السياحية المتعلقة بالمهنة .

٦) التدخل في المجال الدولي لحل الخلافات التي قد تنشأ بين الاتحادات مع بعضها أو بين وكلاء السفر والاتحادات المحلية أو مع وكلاء السفر و الدول الأخرى[١].

❖ **لجنة السفر الأوروبية (E.T.C)[٢]:**

- **European Travel Commission**

أنشئت عام (١٩٤٨) للمساعدة في بناء اقتصاد دول أوروبا الغربية بعد الحرب العالمية الثانية وشكلت هذه اللجنة قسم خاص للتنسيق بين المنظمات السياحية الوطنية للدول الأعضاء وعدد أعضائها (٢٣) دولة . وفي كل دولة يوجد مكتب خاص يمثل هذه اللجنة . وتعمل في مجال البحوث والتسويق وتوحيد السياسات بين الدول الأعضاء في مجال السياحة والسفر .

ثانياً: المنظمات غير الحكومية المعنية بالسياحة :

وهي لا تنشأ بمعاهدة دولية ويشترك فيها هيئات وشركات ومؤسسات ومصالح ويجوز أن تشترك فيها الحكومات بصفتها الشخصية وليس الرسمية ويشترط بهذه المنظمات أن لا تبغى الربح المادي وأن لا تكون على شكل شركات تجارية.

ومن أهم ميزاتها :

١) لا تنشأ بمعاهدة بين حكومات ، وإنها تنشأ بالتعاقد بين هيئات وشركات وأحياناً أفراد .

٢) لا تتمتع بأية إعفاءات أو حصانات إلا من باب المجاملة في حدود ضيقة .

٣) تخضع للقانون المحلي للبلد الذي تقع فيه .

---

(١) زوكة ، مد يس- ١٩٩٢ – ا رجع السابق ص ٢٠٩- ٢١٠ .

(٢) توفيق ، ماهر عبد العزيز – ١٩٩٧ – ا رجع السابق ص ١٩٣ - ١٩٤ .

ويمكن تقسيم المنظمات غير الحكومية إلى :

١- منظمات تهدف إلى تنشيط السياحة بكافة صورها.

٢- منظمات تهدف إلى تنشيط جزء معين من السياحة .

٣- منظمات تهدف إلى حماية المصالح الفعلية لأعضائها ومن ضمنها السياحة .

٤- منظمات تهدف إلى تحقيق أهدافها الخاصة من وراء السياحة.

ومن أهم هذه المنظمات :

❖ **الجمعية الدولية للفنادق (I H A) :**

- International Hotel Association

تأسست عام ١٩٤٦م وهي منظمة فندقية ذات صيغة دولية خاصة ومقرها الدائم في باريس وتضم في عضويتها معظم الفنادق بالعالم وتعقد اتفاقيات جماعية مع الاتحاد الدولي للشركات السياحية وذلك لتنظيم العلاقة بين الشركات السياحية والفنادق ، وتهدف هذه الجمعية إلى تسهيل الاتصالات وتبادل الأفكار بين الفنادق والمطاعم والمؤسسات الفندقية في مختلف دول العالم وعلاقة الفنادق بالشركات السياحية وتقدم الدراسات والبحوث في مختلف جوانب عمل الفنادق[١] .

وتضم في عضويتها[٢]:

١. غرف المنشآت الفندقية على مختلف أنظمتها.

٢. الفنادق أو المطاعم أو أصحاب المنشآت بشرط أن يكون عضوا في الغرفة أو الجمعية التي تتمتع بعضوية الاتحاد الدولي للفنادق.

٣. سلاسل الفنادق التي تجمعها إدارة أو رأس مال موحد.

❖ **الأكاديمية الدولية للسياحة (A I T) :**

Academy Intl. Du Tourism

أعلن عن تأسيسها في مونت كارلو بإمارة موناكو عام ١٩٥١ ، وهي أكاديمية غير حكومية إذ تتألف من نحو ثلاثين عضواً من الشخصيات المهتمة بشؤون السياحة

---

(١) توفيق ، ماهر عبد العزيز – ١٩٩٠ – مبادئ إدارة الفنادق " دار وهران للنشر والتوزيع ، عمان " .

(٢) مسعد، ي مد، ٢٠٠٦، التنظيم الدو السياحي ب الفكر والواقع ، ط١ ،مرجع سابق ، ص ٥٦.

الدولية ، بالإضافة إلى أعداد كبيرة من خبراء السياحة . وتهتم هذه الأكاديمية قبل كل شيء بدراسة الصيغ اللغوية المستخدمة في عالم السياحة[1]. وتنشر نتائج أبحاثها في شكل قواميس سياحية دولية تطبع بلغات مختلفة تتراوح بين (٤ –٦) **لغات** .

وقد نشرت حتى الآن قواميس باللغات الفرنسية – الإنكليزية – الأمريكية البولونية – الإيطالية – الألمانية – والسويدية .

كما تدعو الأكاديمية الدولية إلى عقد مؤتمرات دولية لوضع تعاريف للكلمات الجديدة والتفسيرات للتعبيرات المختلف على معانيها أو الغامضة . بما يسهم في تطوير السياحة وتنشيطها [2].

❖ **المنظمة الدولية لسياحة السيارات (T.A.O) :**

Tourism And Automobile Organization

تأسست هذه المنظمة في لندن عام ١٩٥٠ ، وهي غير حكومية حيث تضم في عضويتها عدداً من الاتحادات القومية والدولية[3] للسيارات وتسعى هذه المنظمة إلى تطوير السياحة الدولية وتنسيق التعاون بين الاتحادات الوطنية للسياحة في البلدان الأعضاء وحماية مصالحهم وصنع وتوزيع تذاكر السيارات الدولية والوثائق وتسهيل الجمارك وإصدار نشرات كتب بذلك [4].

❖ **الاتحاد الدولي للمخيمات والقوافل السياحية :**

Intl . Fed . of Camping and Caravanning

الذي يقوم بتزويد أعضائه بالمعلومات والإرشاد عن الأماكن المناسبة لإقامة الخيام في مختلف البلاد . كما ينظم مسابقات دولية وييسر للهيئات التي ينتمي إلى عضويتها تنفيذ برامج الرحلات التي ترغب في القيام بها[5].

❖ **الجمعية الدولية لخبراء السياحة العلميين (A I E S T) :**

Assn . Intl . d ’Experts Scientifiques du Tourism

---

(١) زوكة ، مد يس – ١٩٩٢ – ا رجع السابق ص ٢٠٩ .

(٢) كامل ، مود – ١٩٧٥- ا رجع السابق ص ٢٩٣ .

(٣) زوكة ، مد يس – ١٩٩٢ – ا رجع السابق ص ٢٠٨ .

(٤) توفيق ، ماهر عبد العزيز – ١٩٩٧ – ا رجع السابق ص ١٩٦ .

(٥) كامل ، مود – ١٩٧٥ – ا رجع السابق ص ١٩٤ .

أوصى مؤتمر خبراء السياحة الذي دعا لعقده عدد من الخبراء السويسريين والذي عقد في " اللوجانو Lugano " جنوبي سويسرا عام ١٩٤٩ . بضرورة إنشاء جمعية دولية غير حكومية تهتم بإجراء الدراسات النظرية المتعلقة بأنشطة صناعة السياحة ، وبالفعل تكونت هذه الجمعية ومقرها مدينة **بيرن في سويسرا** [١]. **وكان من أهدافها**[٢] :

١. تشجيع البحث العلمي بين أعضائها ، ونشر دوريات علمية خاصة بالسياحة.
٢. تعمل على تنمية أنشطة المعاهد السياحية والهيئات العلمية المتخصصة في السياحة الدولية العصرية .
٣. ومعالجة كافة المشكلات والمعوقات التي تعترض تطوير السياحة الدولية .

❖ **جمعية وكلاء السفر الأمريكان (A S T A) :**

American Society OF Travel Agents

نشأت هذه الجمعية عام ١٩٣٠ في نيويورك . تعتبر هذه الجمعية أكبر جمعية عالمية تعني بشؤون وكلاء السفر في العالم ولها أعضاء كثيرون وأهدافها :

- تنسيق عمل وكلاء السفر ووسائط النقل الجوي والبري والبحري السياحي مع الخدمات السياحية المساندة وكذلك الخدمات الأخرى .
- وتقدم خدمات جليلة إلى وكلاء السفر في مجال التنسيق بين الدول المختلفة في مجال النقل وتبادل المعلومات والبحوث وتحويل العملة وعمل الجوازات في الفنادق والمنشآت السياحية الأخرى .

❖ **جمعية السيارات الأمريكية (A A A) :**

American Automobile Association

هدف هذه الجمعية هو توحيد الجهود والتنسيق بين مختلف القطاعات السياحية البرية ، حيث تقوم بطبع وتوزيع خرائط السفر بالنسبة للنقل البري وكذلك تطبع كتيبات عن الفنادق وأسعارها ومحلات تصليح السيارات والصيانة لها وكذلك

(١) زوكة ، مد يس – ١٩٩٢ – ا رجع السابق ص ٢٠٨ .
(٢) كامل، مود – ١٩٩٥ – ا رجع السابق ص ١٩٤ .

التأمين للسيارات وللتعريفة الجمركية للسيارات لانتقال السواح بين الدول عن طريق السيارات[1].

❖ **الجمعيات الأهلية للصحفيين والكتاب السياحيين يضمها (الاتحاد الدولي للصحفيين والكتاب السياحيين) [F I J ET] :**

Fed . Intl . Des Journalists Et Ecrivains De Tourism

الذي يوفر لأعضائه خدمة إعلامية تقوم على الوثائق التاريخية والاجتماعية المتصلة بالسياحة وينظم تبادل جماعات الصحفيين بين الدول المختلفة . كما يعقد ندوات دولية للصحفيين الذين يهتمون بالشؤون السياحية[2] .

الهيئات السياحية الإقليمية :

١. اتحاد الكاريبي للسياحة (C T A) :

Caribbean Tourism Association

تأسس هذا الاتحاد الإقليمي عام ١٩٥١ من أجل تنشيط السياحة في منطقة الكاريبي وذلك عن طريق ما يأتي :

١) إقامة نوع من الإتصال أو الارتباط بين حكومات المنطقة ووكالاتها السياحية من أجل تطوير أنشطة السياحة بينها ، وتشجيع السفر والتنقل بين دول المنطقة .

٢) تشجيع إجراء الدراسات والأبحاث السياحية والتي تسهم في ازدهار صناعة السياحة في الكاريبي مما يعود بالنفع على جميع دول المنطقة.

٣) إعلان الكاريبي كنطاق سياحي موحد يجب لفت الأنظار إليه كواحد من أهم نطاقات العرض السياحي في العالم .

٤) توفير خدمات النقل والسفر وتشييد مراكزها في نطاق الكاريبي والتركيز على تطوير وسائل النقل بين جهاته المختلفة .

---

(١) توفيق ، ماهر عبد العزيز – ١٩٩٧ – المرجع السابق ص ١٩٦ .

(٢) كامل ، محمود – ١٩٧٥ - المرجع السابق ص ١٩٤ .

٥) إجراء المفاوضات مع دول منطقة الكاريبي من أجل إزالة كل ما يعرقل المسيرة المشتركة للتنمية السياحية .

٦) إجراء الدراسات الأكاديمية وإعداد الإحصائيات التي تعين في عمليات تطوير السياحة وتشجيع السفر والتنقل في المنطقة من أجل صالح ومنفعة الدول الأعضاء[١].

٢. اتحاد الباسفيك للرحلات (P A T A) :

Pacific Asia Travel Association

شيَّدَ هذا الاتحاد عدد من الحكومات والمنظمات وشركات للنقل الجوي والبحري والبري ووكالات السياحة وبعض المنشآت السياحية التي تمتلك فنادق ومكاتب للعلاقات العامة والإعلان والدعاية . ووقعت الهيئات المشار إليها والتي تتباين مستوياتها وإمكانياتها ومجالاتها المهنية وإن كانت تدور في إطار السفر والسياحة وكل ما يرتبط بهما من أنشطة وخدمات اتفاقية هذا الاتحاد في هاواي عام ١٩٥١ .

ويهدف هذا الاتحاد إلى تطوير وتشجيع وتسهيل عمليات السفر والتنقل بين الأقاليم المطلة على المحيط الهادي[٢] بما في ذلك إجراء الدراسات وعقد المؤتمرات وإعداد برامج التدريب ، ونشر مثل هذه الأعمال في عدد من النشرات والدوريات[٣].

٣. منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية(O E CD):

Organization For Economic – co – operation and Development

---

(١) زوكة ، مد يس – ١٩٩٢ – ا رجع السابق ص ٢١٠ –٢١١ .

(٢) ضمت الدول ا وقعة على إنشاء هذا الا اد الولايات ا تحدة الأمريكية وكندا وباكستان

(٣) تتمثل أهم النشرات والدوريات ال يصدرها ا اد الباسفيك للرحلات ما يأ :

- Tourism International Research – Pacific
- Travel Market Study .
- Pacific Travel News .

أعلن عن تأسيس هذه المنظمة بناء على اتفاقية وقعتها (٢٤) دولة في باريس في شهر ديسمبر عام ١٩٦٠ [1].

فإن هدفها الرئيسي هو العمل على تشجيع سياسيات التعاون الاقتصادي بين أعضائها من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في كافة المجالات مما يعود بالنفع على الدول الأعضاء ويعمل على رفع مستوى معيشة مواطنيها. وتضم أنشطة المنظمة وضع وتعميم برامج وأطر التنمية للدول الأعضاء وفق مواردها وإمكانياتها ، وطبيعي أن يكون للسياحة نصيب كبير في هذه الأنشطة بصفتها قطاع من قطاعات الإنتاج والتنمية ، لذلك تضم المنظمة لجنة خاصة بالسياحة تتولى دراسة وعلاج الأمور التي تطور أنشطة السياحة والخدمات المرتبطة بها ، ولتحقيق ذلك تركز على عقد المؤتمرات وإجراء الدراسات وتجميع الإحصائيات والبيانات والتي تسهم بدورها في وضع الأطر السليمة لسياسات التنمية والتعاون المشترك في مجال السياحة .

٤. **منظمة الدول الأمريكية O A S :**

Organization of American States

تهدف هذه المنظمة إلى تقوية العلاقات بين دول الأمريكيتين الأنجلو سكسونية واللاتينية في مختلف المجالات الاقتصادية بما في ذلك مجال السياحة . مع تطوير أنشطة السياحة والترويج فيما بينها وتوفير مراكز الخدمات التي تؤمن ذلك وإجراء الدراسات والأبحاث التي تحقق مثل هذه الأهداف.

٥. **الاتحاد الدولي للخطوط الملاحية البحريةL I A :**

cruise Line International Association

هو اتحاد تجاري يضم كل المؤسسات المالكة لخطوط الملاحة البحرية في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وكندا . **من أهم أهدافه:**

---

(١) ثله الدول ال وقعت على اتفاقية تأسيس منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية الولايات ا تحدة الأمريكية ، بريطانيا ، كندا ، فرنسا ، هولندا ، أ انيا (الغربية) ، بلجيكا، لوكسمبورغ ، سويسـرا ، النمسـا ، السـويد ، الدا رك ، النرويج ، فنلندا ، إيطاليا ، أسبانيا ، ال تغال ، أيرلندا ، تركيا ، اليونان ، أيسلندا ، اليابان ، اسـتراليا ، نيوزيلندا .

- المحافظة على حقوق أعضائه الذين يعملون في مجال النقل والسياحة.
- ويقوم كدار للمقاصة بتبادل الحسابات وتصفيتها بين أعضائه.
- كما يقوم بتنظيم وإدارة بعض الحلقات الدراسية التي تعالج كل ما يتعلق بالتسويق في مجال الملاحة البحرية والسياحية[1].

٦. **مجلس المساعدة الاقتصادية المتبادلة C.O.M.E.C.O.N :**

Council of Mutual Economic Cooperation

وهدف مجلس المساعدة الاقتصادية المتبادلة هو المساهمة عن طريق التعاون والتبادل بين الدول الأعضاء في تنمية اقتصاد هذه الدول وفي تقديم وسرعة رفع مستوى شعوبها وتنمية السياحة بين الدول الأعضاء . كما يشمل إجراءات كفيلة بتشجيع هذه السياحة وتوفير التسهيلات لها .

ثالثاً: الهيئات السياحية القومية الخاصة :

يوجد في دول العرض والطلب السياحيين على حد سواء هيئات سياحية متباينة المستوى متعددة المجالات تهدف بالدرجة الأولى إلى تنشيط وتنظيم أنشطة السياحة والترويج وبعض هذه الهيئات ذات طابع حكومي بحت وبعضها الآخر ذات طابع خاص، إلا أنها تتعاون في النهاية من أجل استثمار الموارد والإمكانيات السياحية مما يزيد من قيمة العائد السياحي وبالتالي إسهامه في الدخل القومي . لذلك يجب أن تكون الهيئات السياحية على المستويين القومي والخاص جيدة البناء التنظيمي وفيرة الخبرات والكوادر تؤدي دورها في إطار السياسة السياحية الموضوعة من قبل الدولة. كما في العديد من الدول مثل (**أسبانيا – روسيا الاتحادية – دول شرق أوروبا ... الخ).**

---

(١)يوجد بالإضافة إ ا يئات وا نظمات الإقليمية ا شار إليها عدد آخر يأ مقدمتها :

* منظمة أمريكا ا نوبية للسياحة . South American Tourism Organization(SATO)

* الوكالة الأوروبية للرحلات . The European Travel Commission (ETC)

- Hudman,l.E, Tourism – A shrinking world , Columbus , OHIO , 1980 , pp- 76- 78

وتاريخياً ترجع فكرة إنشاء هيئات قومية من أجل تنمية أحد أنشطة صناعة السياحة والترويج أو تشجيع عملية الممارسة نفسها إلى **القرن التاسع عشر** وفي قارة أوروبا عندما أنشئت مثل هذه الهيئات ممثلة في الجمعية النمساوية لتسلق مرتفعات الألب عام ١٨٦٢ ،والجمعية الألمانية لتسلق مرتفعات الألب ١٨٦٩ ،والجمعية البولندية لتسلق المرتفعات عام ١٨٧٣ ، والجمعية المجرية لتسلق مرتفعات الكرابات عام ١٨٧٤ ،بالإضافة إلى نوادي الألب الإيطالية والسويسرية عام ١٨٦٣ ،ونادي السيارات الفرنسي عام ١٨٩٥ ،ونادي السيارات الملكي البريطاني عام ١٨٩٧ ،ونادي السيارات الألماني عام ١٨٩٩ [(١)].

أ- الهيئات السياحية القومية :

١) منظمة السفر لاكتشاف أمريكا DATO :

-Discover American Travel Organization

هو اتحاد قومي على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية يتحدث باسم عدة شركات خاصة ومنظمات حكومية ووكالات تعمل في مجالات السفر والسياحة ويتجاوز عددها (١٠٠٠) هيئة. ومقره واشنطن. ويسعى هذا الاتحاد :

١. إلى تشجيع أنشطة السفر والسياحة إلى الولايات المتحدة الأمريكية وداخل أقاليمها المختلفة وخاصة أن مجال أنشطة هذه الهيئات يتراوح بين الداخلي **(داخل البلاد)** والعالمي.

٢. كما أن المنظمات الحكومية في هذا الاتحاد تتراوح مستويات عملها بين الولاية الواحدة والوكالات الفيدرالية وأقاليم المدن، في حين تتباين الهيئات الخاصة بين وكالات تسويق الجولات السياحية وشركات النقل .

٣. وتركز منظمات السفر لاكتشاف أمريكا على تشجيع وتطوير البرامج التي تنمي وتطور عمليات السفر والسياحة.

---

(١) كامل ، مود – ١٩٧٥ – السياحة ا ديثة علماً وتطبيقاً ، ا رجع السابق ص ٢٥٤.

٢) الاتحاد الأمريكي للنقل الجوي (ATAA) :

Air Transport Association of America

يضم هذا الاتحاد الشركات المالكة للخطوط الجوية المنتظمة في الولايات المتحدة الأمريكية ، ويهدف إلى تشجيع عمليات تسويق الرحلات الجوية في مجالات الصناعة والأعمال التجارية والاقتصادية والسياحية والترويج[(١)].

٣) هيئة السياحة البريطانية BTA :

British Tourist Authority

تكونت هذه الهيئة الرسمية في بريطانيا عام ١٩٦٩ من أجل تطوير أنشطة السياحة والترويج ، والتوسع في إنشاء مراكز الخدمات والترفيه، وتنشيط أساليب الجذب السياحي وتطوير الدعاية من أجل السياحة البريطانية داخل البلاد وخارجها.

وقسمت الهيئة إنكلترا إلى عدة هيئات فرعية بلغ عددها (**إحدى عشرة)** هيئة سياحية تتولى كل منها الإدارة السياحية لإقليم محدود ذي أبعاد جغرافية، في حين تباشر هيئة السياحة البريطانية عمليات التنسيق بين الهيئات الفرعية وتمويلها[(٢)].

ويتولى تنمية وتطوير أنشطة السياحة والترويج في باقي جهات المملكة المتحدة هيئة السياحة الاسكتلندية (تضم سبع هيئات سياحية فرعية)، وهيئة سياحة ويلز **(تشمل ثلاث هيئات سياحية فرعية)**[(٣)].

المنظمات السياحية الرئيسية على الصعيد العربي :

- **الاتحاد العربي للفنادق : Arabian Union of Hotels**

مقر هذا الاتحاد في القاهرة ويهدف إلى رعاية مصالح الفنادق والمطاعم في الدول العربية وتحقيق التعاون بين المنظمات على اختلاف مستوياتها وبين أصحاب الفنادق والمطاعم ورفع مستوى هذه الصناعة وتبادل الخبرات والمهارات والمعلومات .

---

(١) زوكة ، مد يس – ١٩٩٢ – صناعة السياحة من ا نظور ا غرا ، دار ا عرفة ا امعية ، الإسكندرية ص ٢١٥ –٢١٦ .

(٢) قبل تكوين هيئة السياحة الا يطانية عام ١٩٦٩ كان يتو إدارة تنظيم أنشطة السياحة والترويج بريطانيـا هيئة تطوعية باسم ا اد السياحة الا يطا (BTU) British Tourist Union .

(٣) زوكة ، مد يس – ١٩٩٢ – ا رجع السابق ص ٢٢٠ .

- **الاتحاد العربي للسياحة : Arab Tourism Union**

من أهم أهدافه :

١) تزويد الأعضاء بالإحصائيات السياحية من خلال دراسة فنية ودورية.

٢) عقد حلقات دراسية وبحوث ميدانية .

٣) توفير الخبرة الفنية والاهتمام بالتدريب ورفع كفاية الأفراد العاملين بالسياحة .

- **مجلس الطيران المدني للدول العربية :**

ويهدف إلى :

١) دراسة أماكن تبادل الخبرة الفنية بين الأعضاء .

٢) جمع ونشر المعلومات المتعلقة بالملاحة الجوية وتشغيل واستثمار الخطوط الجوية .

٣) دراسة تعرفة الأجور على جميع الخطوط الجوية العربية .

٤) التعاون مع منظمة الـ **IATA** و الـ **ICAO** بما يخدم أهداف المنظمة .

- **رابطة مكاتب السياحة والسفر في الدول العربية :**

وتهدف إلى :

١) رفع مستوى صناعة السياحة .

٢) تنظيم وتشجيع وتنمية السياحة بين الدول العربية .

٣) الانضمام إلى المنظمات العربية والدولية للسياحة[١]

ب- الهيئات السياحية الخاصة :

السياحة كصناعة تتسم باتساع مجالها وتعدد محاورها ومستويات تشغيلها ، وهذا يعني أن صناعة السياحة تتطلب مستوى عالٍ من التنظيم والإدارة والتوجيه لضمان إدارة الهيئات المشار إليها سابقاً ، وهو ما يفسر تعدد أنشطة صناعة السياحة وتعقد تركيبها وتباين الهيئات التي تؤلف بناءها.

وفيما يلي عرض تفصيلي لأهم الهيئات السياحية الخاصة :

---

(١) توفيق ، ماهر عبد العزيز – ١٩٩٧ – ا رجع السابق ص ١٩٧ .

١- وكلاء السياحة : **Travel Agents**

يقوم الوكيل السياحي بتوفير كافة الخدمات المتعلقة بعمليات السفر والسياحة عن طريق الاتفاق مع مؤسسات النقل الجوي والبحري وشركات الحافلات وتأجير السيارات والفنادق، بالإضافة إلى منظمي الجولات السياحية .

ووكلاء السياحة كنظام، له تاريخ قديم يرجع إلى عام ١٨٤١ عندما أسس توماس كوك **Tomas Cook** شركته السياحية في بريطانية[1] لتقدم خدماتها الخاصة بتنظيم الرحلات السياحية من خدمات وحجوزات تشتمل على وسائل النقل والفنادق والمطاعم والمزارات السياحية.

ومع منتصف عقد الستينات من القرن التاسع عشر غطت رحلات توماس كوك وجولاته السياحية التي تنظمها شركته معظم دول قارة أوروبا والتي شكلت بدايات لعالمية نشاط هذه الشركة وخاصة بعد أن استحدثت عدة أساليب في أعمال وكلاء السياحة منها ابتكار نظام الشيكات السياحية ، واستحداث نظام قسائم السفر ذات القيم المختلفة والتي تسهل على الراغبين المشاركة في البرامج والرحلات والجولات السياحية والتي حرصت على إعداد المطبوعات والنشرات التي تحتوي على تفاصيلها والتي تغطي معظم الأقاليم السياحية في العالم .

وظهر نشاط وكلاء السياحة في العديد من دول العالم ولكن بدرجات متفاوتة تبعاً لظروف وإمكانيات كل مجتمع، إلا أن تطور النقل الجوي وتعدد خطوط شبكاته التي ربطت دول العالم بعضها البعض كانت العامل الحاسم الذي نشط أعمال وكلاء السياحة وزاد حجم مبيعاتهم وخاصة مع نهاية عقد الخمسينات وبداية عقد الستينات في القرن العشرين، ودليل ذلك ارتفاع النسبة المئوية لقيمة مبيعات وكلاء السياحة الخاصة بحجز تذاكر النقل الجوي لأغراض السياحة وقضاء الأعمال إلى إجمالي قيمة مبيعات هذه الوكالات .

---

(١) ولد توماس كوك مؤسس أقدم وكالة أول شركة سياحية   العا   عام ١٨٠٨ وتو   عام ١٨٩٢ .

ويمكـن تصـنيف وكـلاء السـياحة الحـاليين إلى مجمـوعتين فـرعيتين همـا : وكلاء السياحة بالجملة ، ووكلاء السياحة بالتجزئة.

- **وكلاء السياحة بالجملة : (Wholesaler)**

Whole sale Travel Agents Wholesaler

وهم فئة تقوم بتنظيم الجولات السياحية الشاملة بالجملة أي لأعداد كبيرة من السياح إذ تشمل على كل ترتيبات الانتقال والإقامة بالفنادق والإعاشة والزيارات السياحية للمزارات والتردد على أماكن الترفيه والتسلية . وإعداد مثل هذه العمليات والترتيبات لأعداد كبيرة من السياح تمكن وكلاء السياحة بالجملة من الحصول على تخفيضات كبيرة في تكاليف العمليات المشار إليها ، لذلك يسوقون جولاتهم ورحلاتهم السياحية الجماعية بأسعار رخيصة إلى حد ما سواء بعرضها على الجمهور بصورة مباشرة أو عن طريق وكلاء السياحة بالتجزئة.

ورغم ما تتميز به الجولات والرحلات السياحية التي ينظمها وكلاء السياحة بالجملة من انخفاض الأسعار ، إلا أنه يؤخذ عليها أن السائح المشارك فيها يفقد حريته في مجال اختيار جولاته السياحية وأماكن إقامته ومعظم سهراته . وعلى العكس من ذلك يمتلك وكلاء السياحة بالجملة المرونة وحرية الحركة في مجال الاتفاق والتعاقد مع شركات النقل والمؤسسات السياحية والفندقية ، وأيضاً في مجال اختيار مواقع الأقاليم والمزارات السياحية حسب اتجاهات الطلب في الأسواق وما يرتبط به موسمياً.

- **وكلاء السياحة التجزئة : (Retailer)**

Retail Travel Agents

وهم فئة من الوكلاء تقوم بتسويق الجولات والرحلات السياحية بين الأفراد ، أي تقوم بعرضها على المستهلك بصورة مباشرة ، أي أن وكلاء هذا النوع يمكن اعتبارهم موزعي إنتاج سياحي أو باعة تجزئة حيث يمثلون المؤسسات والشركات التي تنظم الرحلات السياحية سواء كانت مؤسسات للنقل البحري أو الجوي أو شركات للحافلات أو السكك الحديدية أو لسيارات الأجرة ، بالإضافة إلى المنشآت

الفندقية والسياحية ، وفي بعض الحالات يمثل هؤلاء الوكلاء بالتجزئة أقرانهم من وكلاء السياحة بالجملة .

كما أن وكلاء السياحة بالتجزئة يقومون بأعمال الحجز في وسائل النقل المختلفة، وتأجير السيارات والحجز في الفنادق وترتيب الجولات الترويحية القصيرة وإعداد جولات سياحية خاصة تبعاً لرغبة المستهلكين .

وينتج عن تزايد وكلاء السياحة في العديد من دول العالم وتزايد الحاجة إلى تنسيق أعمالها ظهور بعض الاتحادات القومية. مثال ذلك الجمعية الأمريكية لوكلاء السياحة ومقرها الرئيسي مدينة نيويورك **ASTA** ، واتحاد وكلاء السياحة البريطانيين **ABTA** ، ومقرها الرئيسي مدينة لندن ، وعلى المستوى العالمي توجد عدة هيئات دولية تنسق وتطور أعمال وكلاء السياحة ومن أهم هذه **الهيئات الدولية هي :**

- The International Federation of Travel Agents .
- The World Association of Trade Agents .
- The Universal Federation of Travel Agents Association .

٢- منظمو الجولات والرحلات السياحية :

هم فئة من الأفراد أو المنشآت (**حسب حجم العمل**) توفر الخدمات الخاصة بالجولات أو الرحلات السياحية ، ويمتلك بعض المنظمين لمثل هذه الجولات الحافلات والفنادق وغيرها من المنشآت السياحية ، في حين يحصل بعضهم الآخر على مثل هذه الخدمات من عدد من المتعهدين أو المقاولين (كشركات الليموزين وسيارات الأجرة).

وتتباين أنماط منظمي الرحلات السياحية حسب طريقة وأسلوب عرض خدماتهم، فبعضهم يعرض جولاته في الأسواق بصورة مباشرة وبدون توسط، يتمثل في ثلاثة أشكال هي:

- وكلاء السياحة بالجملة .
- وكلاء السياحة بالتجزئة .
- المؤسسات المالكة للخطوط الجوية .

ويعرض منظمو الجولات والرحلات السياحية برامج محددة خلال مواسم السنة المختلفة في ما درج على معرفته باسم (Tour Program)، وتتباين أشكال المشتركين في مثل هذه البرامج بين المجموعات، والمشترك الفردي، ويتراوح هذا الأخير بين المصطحب المرافقين أو المشترك منفرداً .

مما تقدم يتضح أن منظمي الجولات السياحية هم منظمون للسياحة Ground Operators يقدمون الخدمات التي تسهل تحرك وإقامة وتجول السائح في المكان المقصود فقط وليس نقل الراغبين بالسفر من مكان إلى آخر. ويتخصص بعض هؤلاء المنظمين في خدمة السياح الأجانب لذلك يطلق عليهم اسم Receiving Agents or labourd Agents ، وهم يشكلون شريحة حساسة وهامة في فئة منظمي الجولات والرحلات السياحية بحكم تعاملهم مع الأجانب ولدورهم الكبير في إعطاء انطباع جيد عن بلادهم لدى المتعاملين معهم من الأجانب مما يعود بالنفع المادي عليهم وعلى وطنهم ، لذلك تتصف هذه الفئة بالحنكة وبارتفاع مستواها الثقافي .

٣- المؤسسات الفندقية :

تمثلها الهيئات التي تحترف صناعة الإقامة Accommodation Industry عن طريق توفير أماكن الإقامة أو الضيافة التجارية كما يطلق عليها أحياناً على اعتبار أنها تستقبل النزيل – السائح – كضيف عليها إذ يقضي فيها بعض الوقت مقابل دفع مصاريف هذه الضيافة التي يتباين مستواها ومفرداتها تبعاً لحجم المنشأة الفندقية ودرجاتها .

وتشكل الإقامة ركناً هاماً من أركان صناعة السياحة في أية دولة أو إقليم سياحي ، حيث تعد الطاقة الفندقية وأنماطها وحجم الإقامة ونوعيتها ومستوى خدماتها شاهداً على درجة الاهتمام بتشجيع صناعة السياحة ، ومؤشراً لمستوى رواج السياحة والترويج ومقوماً صادقاً لصناعة السياحة .

وتتعدد أشكال الإقامة التي توفرها المؤسسات الفندقية في الأنماط الخمسة الرئيسية التالية :

❖ **الفنادق : Hotels :**

أ- **أشهر أشكال أماكن الإقامة وأوسعها** انتشارا وأكثرها تشغيلاً وأقدمها عهداً إذ ترجع صناعة إيواء النزلاء وتوفير حاجاتهم من الطعام والشراب إلى أقدم العصور البشرية وخاصة في مصر الفرعونية وبلاد الإغريق والرومان حيث تعددت الحانات والأماكن الخاصة بالإيواء للمسافرين والتي تتوافر فيها الحمامات وغرف الإقامة الآمنة .

وتطورت صناعة الفنادق حتى اتخذت أشكالها المعاصرة والتي تتباين فيما يلي تبعاً للخصائص الرئيسية التالية :

- **مستوى الخدمات** : التي توفرها للنزلاء وعدد غرفها وطبيعة إدارتها وحجم تشغيلها ، وهنا تصنف الفنادق إلى مستويين :

الأول: على الشهرة والتشغيل ويتصف بمواصفات وإمكانيات ضخمة من حيث طاقة الغرف ، مستوى التأثيث والتجهيز ، حجم وطبيعة الخدمات ووسائل الترفيه والتسلية المتاحة فيها .

والثاني: يتمثل في الفنادق المحلية على مستوى كل دولة ، وهي فنادق تتباين في درجاتها ومستوى خدماتها تبعاً لحجم رأس المال المستثمر فيها .

- **موسمية التشغيل** : فبعض الفنادق دائمة التشغيل حيث تعمل على مدار السنة في حين تنفرد مجموعة أخرى من الفنادق بموسمية تشغيلها كتلك الموجودة في المصايف والمشاتي بمختلف أنماطها في أقاليم العالم المختلفة .

- **طول فترة الإقامة** : وتتسم معظم الفنادق بإقامة النزلاء فيها خلال أوقات ليست بالقصيرة، وإن تباينت في أطوالها تبعاً للعديد من التغيرات . ويطلق على كل منها فندق الإقامة أو Residenc ، وعلى العكس من ذلك تتخصص بعض الفنادق في إيواء النزلاء لفترات زمنية قصيرة كما هي الحال بالنسبة لتلك الملحقة بالمطارات أو القريبة من المحطات السكك الحديدية والتي يطلق عليها تعبير Terminus Hotels .

- **نوعية النزلاء** : تستقبل معظم الفنادق في العالم نزلاء من مختلف الجنسيات يتباينون تبعاً لأعمارهم ولمهنهم ومع ذلك فهم قادرون على دفع تكاليف الضيافة ،

وتتخصص بعض الفنادق في استقبال فئات محددة من النزلاء كالرياضيين ومنتسبي نقابة أو طائفة بعينها ، وعادة ما تمتلك مثل هذه الفنادق المؤسسات أو الهيئات المهنية التي تعمل على التسويق لها .

ب- الموتيلات Motels :

هي فنادق صغيرة تركز على تقديم غرف لنوم النزلاء، وتمتد أفقياً على جوانب الطرق التي تتميز بكثافة حجم الحركة عليها ، وتقع بعضها على الطرق المؤدية إلى مدن الملاهي ، حيث يلجأ إليها أصحاب السيارات ومرافقيهم بهدف الإقامة خلال فترة قصيرة لا تتجاوز ليلة واحدة .

والموتيلات من أكثر أشكال الإقامة انتشاراً في العصر الحديث وخاصة في الدول التي ترتفع فيها النسبة المئوية لأصحاب السيارات الخاصة إلى جملة السكان، وأيضاً في الدول واسعة المساحة والتي تتعدد فيها شبكات الطرق كما هي الحال في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وأستراليا وبريطانيا وفرنسا وألمانيا ... الخ .

ت- فنادق الشقق Apartment Hotels :

هي فنادق توفر الإقامة في شقق مجهزة خاصة ، وهو شكل للإقامة يناسب النزلاء الذين يرغبون في الإقامة لمدد طويلة، كما يناسب المجموعات السياحية والعائلات ذات الحجم الكبير إذ تتميز الإقامة فيها بانخفاض التكلفة عن مثيلها عند الإقامة في الفنادق التقليدية ذات الغرف .

ث- الفنادق الريفية (الأوبرج) :

من أشكال الفنادق القديمة حيث تتصف بصغر حجمها وبتقديمها خدمات الإقامة والإعاشة ، وكثيراً ما يلحق بها محطات للتزود بالوقود وخاصة أنها تقع في معظمها على الطرق .

وينتشر هذا النوع من الفنادق في العديد من دول القارة الأوروبية وخاصة فرنسا وبريطانيا والنمسا وسويسرا .

ج- فنادق السيارات **Motor Hotels** :

هـي فنـادق غـير كـبيرة تتفـرد بتوفيرهـا أمـاكن واسـعة تخصـص لانتظـار سيارات النزلاء ، وهي تمتد أفقياً شأنها في ذلك شأن الموتيلات السابق الإشارة إليها. وخاصة أن كليهما يشيّدان على جوانب الطرق[1] .

٤- **شركات تأجير السيارات والحافلات :**

تشـكل هـذه الشـركات ركنـاً هامـاً مـن أركـان صـناعة السـياحة والترويـج وتنظيمها .

وعدد كبير من شركات تأجير السيارات عالمية النشاط حيث تقدم خدماتها في جميع الأقـاليم السـياحية الشـهيرة في العـالم . ويتراوح مجـال مزاولـة أنشـطة مثـل هـذه الشـركات بـين المحليـة أي العمـل داخـل حـدود دولـة معينـة ، والعالميـة حيـث تعمـل سـيارات بعـض هـذه الشـركات عـبر الحـدود الدوليـة الفاصـلة بـين الـدول وخاصـة المتجاورة منها .

ومـن الملاحظـات الجـديرة بالـذكر أن معظـم شـركات تـأجير السـيارات لأجـل السـياحة والترويـج تتركـز في دول العـالم الناطقـة باللغـة الإنكليزيـة كالولايـات المتحدة الأمريكية (يوجد بها نحو٤٩ ٪ من جملة الشـركات الرئيسـية)، والمملكـة المتحدة وكندا (١٩٪) ، وأستراليا (١٣٪) ، وجنوب أفريقيا (٤٪)، ومعنـى ذلـك أن الـدول المـذكورة يوجـد بهـا مـا يـوازي (٨٥٪) تقريبـاً مـن جملـة شـركات تـأجير السيارات في العالم ، بينما تنتشر النسبة الباقية (١٥٪) تقريباً في باقي دول العالم.

وتتعدد شركات تأجير الحافلات مـن أجل السياحة والترويـج فيمـا يختص بنقل السياح والمسافرين وأحياناً الإقامة في الفنادق والموتيلات، لذلك تعد شـركات تـأجير الحافلات في بعض الأحيـان عمـلاء أساسـيين لـبعض الفنـادق والموتيلات وخاصـة تلك الواقعة منها على الطرق الرئيسية . وتنتشر مثـل هـذه الشـركات في الولايات المتحدة الأمريكية حيث تعرف باسم Tour Brokers or Motor coach Brokers .

---

(١) د.الرو ، نبيل – ١٩٨٧ – التخطيط السياحي ، مؤسسة الثقافـة ا امعيـة ، الإسـكندرية : ص ١٢١ – ١٢٢.

٥- **منظمو العروض السياحية :**

وهم إما مسؤولون في جهات حكومية ، أو تابعون لإدارات محلية أو لهيئات خاصة بتنشيط السياحة أو لمؤسسات خاصة بتوفير عوامل جذب سياحي لنطاقات أو لأقاليم محددة ، لهذا تعمل على تنظيم عروض سياحية والإعلان عنها بهدف جذب أفواج من السياح والزوار إلى مثل هذه الأقاليم أو المدن مما يعمل على رواج صناعة السياحة والترويج لها .

ومن أمثلة العروض السياحية المنظمة والكرنفالات التي تشتهر بها البرازيل والمكسيك ، والسباقات والعروض التاريخية التي تنظم في أسبانيا وتركيا وفرنسا واليونان ، والمهرجانات الترويحية التي تنظمها العديد من المدن في إيطالية والنمسا وألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية وأسبانيا .

ويمكن أن نضيف إلى مجموعة العروض السياحية المنظمة لتنشيط صناعة السياحة وترويجها عملية تغيير الحرس الملكي لقصر باكنغهام في لندن بالمملكة المتحدة والتي تشكل عرضاً شهيراً يجذب ما بين (٢٠) - (٣٠) ألف متفرج يومياً – معظمهم من السياح – خلال فترات الذروة من الموسم السياحي.

وكذلك الحال بالنسبة لعملية التغيير اليومي للحرس أمام مبنى البرلمان اليوناني عند نصب الجندي المجهول في ميدان سينداغما[١] في أثينا باليونان.

٦- **الشركات المالكة للطائرات :**

التي تقوم برحلات مؤجرة Charter للأفراد وللهيئات التي تنظم رحلات خاصة للسياح خلال الإجازات والمواسم السياحية ، وتكثر مثل هذه الشركات في الولايات المتحدة الأمريكية واستراليا ودول شمال وغربي أوروبا[٢] .

❖ أهم المنظمات التي تقوم بجهود عالمية في موضوع الاستدامة وحققت منجزات هامة في :

---

(١) تع   كلمة سينداغما   اللغة اليونانية (الدستور) .

(٢) زوكة ،   مد   يس – ١٩٩٢- ا رجع السابق . ص ٢٢٨ – ٢٣١ .

١- **البعثة الأوروبية** : والتي يُشكل دعم السياحة جزء في خطة عملها ، وقد قدمت دعماً مادياً واستشارياً لعدة مشاريع سياحية وفق أسس الاستدامة في التنمية، وأنشأت برنامج (المنح الأوروبية للسياحة والبيئة) الذي وطد مبدأ الاعتناء بالبيئة ووسع مجال المحافظة على الموارد الثقافية . في عام ١٩٩٥ أنجزت البعثة برنامج (دور الاتحاد الأوروبي في مجال السياحة) الذي بلور مواضيع عديدة نوقشت في أنظمة الاتحاد الأوروبي بإطار السياحة المستدامة .

٢- **الكوكب الأخضر** : أحد الأنشطة البيئية المتعددة بدأ برنامج المجال العالمي للسفر والسياحة (**WTTC**) وهو يتعلق بموضوع المحافظة على الغابات والمساحات الخضراء في العالم،ويهدف اتجاه المنظمة إلى جمع كل القطاعات العالمية التي تعنى بصناعة السفر في كتلة تتبنى وضع أولويات العناية بالبيئة كمحور عمل وتخطيط لدى المؤسسات السياحية بأنواعها ومستوياتها وأعمالها.

٣- **برنامج /٢١/ لصناعة السياحة والسفر** : برنامج شامل للعمل تبنته حكومات / ١٨٢/ دولة يوم (١٤/ ٧/ ١٩٩٢) في مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية المعروف باسم (قمة الأرض) وهي أول وثيقة من نوعها تخطّى بإجماع دولي ، وتحدد الوثيقة المسائل البيئية والتنموية التي تهدد بإحداث كوارث اقتصادية وبيئية ويطرح إستراتيجية للانتقال إلى ممارسة تنموية أكثر استدامة ، وتضع الوثيقة برنامج عمل للسفر والسياحة .

فالجزء الأول: يقدم تحليلاً ملخصاً لجدول أعمال القرن الحادي والعشرين ودور قطاع السياحة والسفر في تحقيقه ويعرض الفوائد العظيمة النابعة من تحقيق استدامة القطاع بأكمله بدلاً من حصر التركيز في جهود (السياحة غير الضارة بالبيئة) .

والجزء الثاني: يقدم برنامج العمل الموجه للإدارات الحكومية السياحية والمنظمات الممثلة لقطاع السفر والسياحة وهيئات السياحة الوطنية .

والجزء الثالث: يحدد الأهداف ومجالات العمل لشركات السياحة والسفر

❖ تحديات أمام المنظمات السياحية :

برغم أهمية السياحة في الاقتصاد العالمي ، وتوقع نموها في القرن الحادي والعشرين ، فإن المنظمات السياحية تواجه تحديات عديدة أبرزها :

١- الإمكانيات المالية :

فالأنشطة التي تنفذها المنظمات السياحية تتطلب تمويلاً ثابتاً ، فعندما تواجه الشركات أو الإدارات المالية صعوبات في مواردها فإن دفع ما يستحق عليها يبدو لها نفقة غير ضرورية، كما أن انسحاب بعض الأعضاء أو توقفهم عن سداد التزاماتهم يشكل تحدياً مستمراً للمنظمات ينعكس على قدراتها وخطة عملها.

ولمواجهة ذلك التحدي ، تعهد المنظمات إلى التوضيح باستمرار لأعضائها عن فوائد العضوية ، إلا أنها تضطر في بعض الأحيان إلى تقليص خدماتها للأعضاء ومحاولة التعويض ببيع منشوراتها وبحوثها ومطبوعاتها .

٢- تلبية احتياجات العضوية العديدة :

لكي تنجح المنظمة بمهامها يجب أن تؤكد دورها بتلبية احتياجات ورغبات أعضائها ، وبسبب الديناميكية وظروف المنافسة المعقدة في ميادين السياحة فهذه الحاجات والرغبات تتغير بسرعة بالنسبة للأعضاء أنفسهم وعندما تحاول المنظمة التكيف مع تلك المتغيرات بنفس السرعة فإنها تلجأ لحلول وسط قد تحدث نتائج تخلخل استقرارها الإداري وفقدان التركيز في تنفيذ الاستراتيجيات وخطة العمل المعتمدة مسبقاً .

٣- الازدواجية في الجهود :

تقع الازدواجية في أي جهد يخدم مجموعة متنوعة المصالح والأهداف من الأعضاء الذين تتبلور احتياجاتهم في مجالات ومستويات مختلفة في مجال السياحة ، فمنظمة يكون أفرادها متجانسين يمكن أن تتبنى أهدافاً متعددة متجانسة ، أما المنظمات التي تضم هيئات ومؤسسات مختلفة فإنها مضطرة لأن تقوم بالتعامل مع

أعضـائها بطـريقـة تختلـف قلـيلاً بـين عضـو وآخـر لتلبيـة احتياجـاتهم المتباينـة بقـدر الامكان[1].

لـذلك تواجـه تلـك المنظمـات تحـديات كـبيرة في مجـال تـأمين احتياجـات معظـم الأعضاء بما يتوافق مع مهماتها الأساسية وأهدافها وأنشطتها .

[1] خربوطلي ، صلاح الدين – مرجع سبق ذكره ص ٢٩٠ .

الفصل الثالث

الجرائم والإرهاب السياحي

المبحث الأول
الجرائم السياحية: أثارها وسبل مكافحتها

- تعريف الجريمة السياحية
- الجرائم التي تقع من السائح وعلى السائح .
- مكافحة جرائم السياحة والآثار الأمنية المرتبة عليها
- الجهود المبذولة في مكافحة جرائم السياحة
  - الجهود الدولية
  - الجهود الإقليمية
- الآثار المترتبة على السياحة

المبحث الأول
الجرائم السياحية أثارها وسبل مكافحتها

مقدمة:

عندما يقال" في البدء كانت الكلمة" كذلك يمكن أن نقول إنه، " في البدء كانت الجريمة".

فعندما قتل **قابيل أخاه هابيل** كانت تلك هي أول جريمة تقترف في تاريخ البشرية، حيث روى لنا سبحانه وتعالى سبب اقتراف تلك الجريمة بقوله **تعالى**:"واتل عليهم نبأ أبني آدم بالحق إذ قربا قرباناً، فتقبل اللّه من أحدهما ولم يتقبل من الآخر، قال لا قتلنك قال إنما يتقبل اللّه من المتقين".وقال عز من قال" فطوعت له نفسه قتل أخيه فقتله، فأصبح من الخاسرين".[١]

❖**لفظ "الجريمة"** هي اصطلاح شائع، يطلق على عدد من الأفعال التي تخالف قواعد القانون أو المجتمع أو الأخلاق أو الدين، فيقال: الجريمة الجزائية ، والجريمة المدنية، والجريمة التأديبية، والجريمة الأخلاقية.....وعلماء الإجرام، حينما يذكرون كلمة " جريمة"يقصدون بها، في الأعم والأغلب، الجريمة الجزائية وإن كان هذا لا ينفي اهتمامهم بأنواع الجرائم الأخرى في دراسة السلوك الإجرامي.[٢]

وبذلك فإن الجريمة وجدت ما وجد الإنسان نفسه...والذي هو بطبيعته يميل إلى الخير والعدل، كما يميل إلى القسوة والشر ، وعليه فإن الجريمة ستبقى إلى الأبد ما بقي الخير والشر على هذه الأرض. ويرى سقراط بأن الإنسان يميل بطبعه إلى الخير والرحمة، ومن ثم إذا أتى شراً أو ظلماً فلا يكون إلا عن جهل منه.

ونوع الجريمة وتطورها، مرتبط بمدى التطور الحضاري لأي مجتمع من المجتمعات، ورغم ذلك تبقى الجريمة سلوكاً اجتماعياً غير مرغوب فيه، يكرس

---

(١) سورة ا ائدة، الآيتان ٢٧،٣٠ من القرآن الكر .

(٢) عبود السراج، الوجيز علم الإجرام وعلم العقاب، منشورات جامعة دمشق، ٢٠٠٠.

المجتمع ما لديه من إمكانات وطاقات للحد منها ، وهو ما يؤثر بشكل سلبي على عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإنسانية والسياحية......التي ينشدها ويسعى إليها ، وذلك من خلال ما ينفقه من أموال وطاقات تتمثل في وجود أجهزة الأمن والسجون والإصلاحيات وما يتطلب ذلك من نفقات هي ولا شك مقتطعة من ميزانية الأموال العامة ، وما يشكله ذلك من عبء كبير على عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية لذلك المجتمع، **وهو ما يعرف بتكلفة أو اقتصاديات الجريمة.**

تعريف الجريمة:" هي السلوك الإنساني المحظور الذي يخل بأمن المجتمع وسلامته، أو هي كل فعل أو تصرف أو امتناع حرّمه المشرع وقرر له العقوبة المناسبة وأغلب التشريعات العربية جاءت خلوا من تعريف محدد للجريمة، مكتفيةً بالنصوص التي تبين مختلف الجرائم.

تعريف الجريمة السياحية :

فقد عرّفها بعض من تناول الكتابة في الموضوعات المتعلقة بالسياحة بأنها : **كل عمل أو امتناع يقع بالمخالفة للقوانين والقرارات المنظمة والمرتبطة بالنشاط السياحي**"[1].

حيث أن الجرائم السياحية موجودة بالفعل ، ولكن تتنوع وتتعدد الجهات المختصة بالتحقيق فيها وذلك بسبب تعدد القوانين والنظم التي تحكم النشاط السياحي ، فهناك جرائم سياحية تختص بها البلديات وأخرى تختص بها إدارات ومصالح الآثار ، وهناك جرائم أخلاقية وجرائم مالية وتجارية .... الخ **من أنواع تلك الجرائم وفيما يلي تصنيف تلك الجرائم** :

١- الجرائم المرتبطة بالسياحة :

أ- الجرائم التي تقع من السائح : من المعلوم أن السائح هو شخص أجنبي يقيم في الدولة المضيفة لمدة محدودة ، وقد تقع منه أفعال أو يمتنع عن القيام بأفعال يعاقب

---

(١) عادل مد خ ، ا رائم السياحية التشريع ا صري ، ص٨ .

عليها قانون تلك الدولة،وحيث إنه يحمل جنسية دولة أخرى فلا بد من التعريف بأن القانون الدولي نص على وضع القواعد لسيادة الدول على أقاليمها ، ومن بين تلك القواعد قاعدة الإقليمية " بمعنى أن التشريعات والقوانين التي تسنها الدولة تحكم كل ما يقع على إقليم الدولة من الجرائم أياً كانت جنسية مرتكبيها " .(١)

وبهذا المفهوم فإن السائح الأجنبي يخضع لقانون الدولة التي يرتكب جريمته فيها وتطبق عليه العقوبة المقررة في قوانين وتشريعات تلك الدولة دون النظر إلى العقوبة التي يقررها قانون الدولة التي ينتمي إليها ويحمل جنسيتها لنفس هذه الجريمة .

تأسيساً على ما ذكر فإن هناك جرائم تقع من السائح ويعاقب عليها القانون ، وعلى السائح إذا ارتكب أياً من تلك الجرائم أن يواجه العقوبة المترتبة عليها ، ومن تلك الجرائم ما يلي :

- **جرائم تهريب المخدرات :**

تهريب واستعمال المخدرات يعد من الجرائم التي يعاقب عليها القانون في كل دول العالم ، ويندرج تحت جرائم المخدرات: حيازتها ، وجلبها ، وتصديرها وإنتاجها وزراعتها والتعامل والوساطة فيها والتعاطي لها وما يتصل به من أفعال مثل تسهيل تعاطي أو تهيئة مكان للتعاطي ، ولكل فعل من تلك الأفعال العقوبة المقررة له في القوانين ، وتنص قوانين معظم الدول العربية بعقوبة من يقوم بجلب المخدرات وترويجها بالسجن والأشغال الشاقة المؤبدة أو المؤقتة .

- **جرائم تهريب النقد :**

من الجرائم التي يرتكبها السياح في هذا الخصوص أن بعض الدول تضع شرطاً للنقد الأجنبي وتلزم السائح بالإعلان عما معه من نقود وأن يقوم بتحويل تلك النقود عن طريق المصارف المصرح لها باستبدال النقد الأجنبي ، وحيث أن هناك سوقاً سوداء لشراء العملات الأجنبية بقيمة محلية أكبر يعتمد كثير من السياح على

---

(١) أخطار السياح ، اللواء فؤاد علام ، مكافحة جرائم السياحة ، ص٥٥ .

استبدال ما معهم من عملات لدى أولئك الأشخاص وهذا العمل يعد جريمة في نظر القانون .

•جرائم تزييف العملة وإدخالها للبلاد :

وتعد الأفعال الآتية والمتعلقة بالعملات من الجرائم التي يعاقب عليها القانون وهي ترويج عملات مزيفة ، التخلص من العملات المزيفة ، حيازة العملة المزيفة بهدف طرحها للتداول ، وإدخال العملة المزيفة إلى البلاد أو إخراجها منها .

ويعد الشخص في نظر القانون مرتكباً لجريمة التزوير إذا أدخل وأخرج عملة مزيفة سواء أكانت أجنبية أم وطنية معدنية أم ورقية متداولة قانوناً في إقليم الدولة، وهذا النوع من الجرائم يرتكبه كثير من السياح

•جرائم التزوير واستعمال الوثائق المزورة :

وتتلخص هذه الجرائم في استخدام جوازات سفر أو وثائق أخرى مزورة ، مثل تأشيرات الدخول والشيكات السياحية ، ووثائق الإعلان عن العملات الأجنبية وتحويلاتها ، ويقوم السياح بارتكاب هذه الجرائم إما لتسهيل دخولهم إلى البلدان التي يودون السفر إليها إذا كانت هناك بعض القيود ، أو بقصد الكسب غير المشروع بتحويل النقد الأجنبي خارج النظام المصري وبيعه في السوق السوداء ، ويندرج تحت هذه الجرائم ، وضع التواقيع والأختام المزورة، تغيير المحررات والأختام والتواقيع وزيادة الكلمات ، وضع أسماء أشخاص آخرين في جوازات السفر أو التقليد لتلك المحررات .

•جرائم التجسس والتخابر :

يأتي كثير من عملاء الاستخبارات لبعض الدول في صورة سياح ، أولاً لصرف النظر عنهم ، وثانياً لسهولة حركة السياح وخصوصاً إذا كانوا في مجموعات ، والفعل المادي في جريمة التجسس هو الاتصال بدولة أجنبية أو بأي شخص يعمل لمصلحتها لدفعها إلى القيام بأعمال عدائية ضد دولة أخرى .

وتستخدم في التجسس عدة طرق مثل المراسلة أو الاتصال الهاتفي أو اللاسلكي، أو المقابلة الشخصية وغيرها من وسائل الاتصال ، ويدخل في هذا الفعل جمع المعلومات العسكرية ، والاقتصادية والسياسية والرشوة أو أخذ الصور

والرسوم والمخططات للمواضع والأماكن والمنشآت العسكرية والحيوية بهدف الإضرار بمصالح تلك الدولة لصالح دولة أخرى معادية لها .

● **جرائم النصب والاحتيال** [1] :

وهو حصول السائح على مال غيره بوسائل يشوبها الخداع والتدليس والاحتيال باستخدام طرق احتيالية تدعمها مظاهر وأفعال خارجية توحي بالصدق الذي ينتج عنه تصديق المجني عليه للجاني ، ويتضح مستقبلاً أنه كاذب في كل ما قال أو فعل.

● **الجرائم الأخلاقية** [2] :

ويعبر عنها البعض " **بالسياحة الجنسية** " وهي من الجرائم الشائعة التي يرتكبها السياح وتتمثل بالفعل الفاضح العلني وجريمة الزنا وغيرها من الأفعال التي تؤذي الشعور العام . ويعاقب القانون على ارتكاب هذه الجرائم لعدد من الأسباب أهمها صيانة الأعراض وحفظ النفس التي هي من الضرورات ، وحماية المجتمع ، ومراعاة الشعور العام ، وصيانة إحساس الجمهور من أن تخدشه مناظر عارية أو مظاهر جنسية تقتضي الأخلاق والآداب العامة التستر عند إتيانها

● **جريمة شرب الخمر :**

لا يعد شرب الخمر جريمة في معظم القوانين الوضعية إلا إذا وصل الجاني إلى حالة السكر البيّن وضبط في مكان أو طريق عام أي شرب الخمر خارج المكان المسموح فيه ، ويقصد بذلك المنشآت السياحية ، الفنادق وغيرها .

● **السرقة (سرقة الآثار) :**

يقوم بعض السياح بالسرقة وهي الاستيلاء على مال الغير خفية دون وجه حق ، ويقوم بعض السياح بسرقة الآثار وخاصة القطع الصغيرة التي يمكن إخفاؤها في الجيوب أو الحقائب اليدوية بهدف الكسب المادي ودون النظر إلى القيمة الأثرية

---

(١) عبود السراج ، جرائم العرض والطلب ، ص٨٨ .

(٢) ا رائم السياحية التشريع ا صري ، ص١١٤ ، جرائم العرض وا ال ، ص٢٩٨ . أخطار السياح ، ص٩٦ . مكافحة السياحة ا نسية ، أسامة أبو ا سن ، ص٢٢ . حقوق السائح وواجباته ، ص١٣٤ .

التاريخية لتلك المقتنيات ، والسرقة من شخص أو سرقة الآثار تعد من الأفعال التي يعاقب عليها القانون .

هذه هي أهم الجرائم التي يرتكبها السياح .

ب- الجرائم التي تقع على السائح :

١- الجرائم الإرهابية :

أثبتت التجربة العملية أن السياحة تتأثر بالظروف الأمنية التي تسود في الدولة أو الإقليم المراد زيارته بقصد السياحة فتزدهر في الأجواء الآمنة وتضمحل في الظروف التي يكون فيها انفلات أمني .

ومن أهم مظاهر الانفلات الأمني العمليات الإرهابية التي تستهدف السياحة كمورد اقتصادي يدعم الدولة ، أو تستهدف السياح بقصد إرغام أهلهم على دفع فدية أو إرغام حكوماتهم على تغيير موقف سياسي معين من حيث تبنيه أو التخلي عنه ، ومن الجرائم الإرهابية التي يتعرض لها السياح ما يلي :

- **اختطاف الطائرات :**

يعود مفهوم اختطاف الطائرات إلى الفترة من عام ٣٠ – ١٩٣٣ ويعرف أيضاً بالقرصنة الجوية ، وعرفته هيئة الأمم المتحدة في قرارها رقم ٢٥٥١ بتاريخ ٢٢ / ١٢ / ١٩٦٩ م بأنه : " تغيير مسار الطائرات المدنية أثناء طيرانها "[١] وعدّل مجلس الأمن الدولي هذا التعريف ليصبح : " الاستيلاء غير المشروع على الطائرات المدنية وتغيير مسارها بالقوة أثناء التحليق " [٢] .

واعتبرت اتفاقية جنيف لأعالي البحار في مادتها الخامسة عشرة الصادرة في ٢٩ / ٤ / ١٩٥٨ م اختطاف الطائرات عملاً من أعمال القرصنة الجوية قياساً على القرصنة البحرية التي كانت معروفة من قبل [٣] .

---

(١) ا واجهة ا نائية والأمنية طف الطائرات ، الد البشر ، ص١٩ .

(٢) ا صدر السابق ، ص١٩ .

(٣) جرائم الإرهاب وتطبيقا ا الفقهية ا عاصرة ، لأ د الربيش ، ص٦٦ .

وحيث إن الطائرات هي وسيلة النقل الأسرع في العالم يعمد كثير من السياح في السفر عليها ويعمد الخاطفون لخطفها لما تحدثه من دوي إعلامي وتسليط للأضواء على الخاطفين وعلى مطالبهم أكثر من أي عمل آخر مثل خطف الحافلات أو اعتراض السفن في عرض البحر بالرغم من أننا نصنف اختطاف جميع وسائل المواصلات كجريمة تستحق العقاب .

وتتوفر في جرائم اختطاف وسائل النقل جميع أركان الجريمة : " المادية والمعنوية ، وعناصر السلوك ، والعلاقة السببية لإتيان الفعل ، والإرادة والإدراك لدى مختطف الطائرة ، والعلم بالأحكام " [1] .

مما سبق يتضح أن خطف الطائرات يعد جريمة إرهابية إذ إنها تستهدف التخويف والإفزاع باستعمال القوة والعنف المفضي إلى الموت ، وإشاعة الرعب والفوضى وتدمير الممتلكات لهذا : " تتراوح الأحكام التي تطبق بشأن مختطفي الطائرات التي صيغت موادها في ضوء الاتفاقيات الدولية بين الإعدام والسجن لمدة عام حسب فداحة الجرم " [2] .

- **الاحتجاز في الفنادق والتفجيرات :**

يقوم بهذه العمليات ضد السياح غالباً منظمات لها أهداف بعيدة لا تقتصر على المبنى المراد تفجيره إنما الهدف منها هو إيصال رسالة لجماعة أو لحزب أو لدولة إشعاراً بقوة منفذ العمل الإرهابي واستطاعته إلحاق الأذى والضرر بالهدف الأصلي وملاحقته ، وفي الغالب لا تكون هناك أي عداوة بين المتضررين من العمل الإرهابي والإرهابيين . إنما يكونون ضحايا لا ذنب لهم غير وجودهم في ذلك المكان في تلك اللحظة .

٢- جريمة السرقة :

وهي في اللغة : أخذ الشيء من الغير على وجه الخفية [3] .

---

(١) مكافحة الإجرام ا نظم ، لفاروق النبهان ، ص١٦٥ .

(٢) جرائم الإرهاب ، مصدر سابق ، ص٦٩ .

(٣) ينظر : القاموس ا يط ، ٢٤٤/٣ .

وشرعاً : أخذ النصاب من حرز أجنبي لا شبهة فيه ، خفية [1] .

ولذلك تجد أن السائح يتعرض للسرقة ، وذلك ناتج عن انشغال السياح بالنظر إلى الآثار ، وبسبب الزحام الذي ربما يكون في بعض المناطق المزورة أو عند البوابات ويستغل المحترفون انشغال السياح بذلك ويقومون بسرقتهم (النشل) ، والسرقة من الجرائم التي تعاقب عليها جميع القوانين الوضعية بالسجن من ستة أشهر إلى سنتين .

٣-جرائم النصب والاحتيال [2] :

يتعرض السياح للنصب والاحتيال من قبل بعض الشركات التي تنظم الرحلات ويتمثل ذلك في اختلاق درجات الفنادق ، أو تقصير مدة الإقامة ، أو بزيادة الأجرة بعد الوصول إلى مقر الإقامة ، ويتعرض البعض للنصب والاحتيال من قبل سائقي سيارات الأجرة وذلك باستغلال السائح ومضاعفة الأجرة عليه وذلك لجهله بالتعرفة .

وتعمل بعض العصابات المنظمة على استغلال السياح وإيهامهم بأنها تقوم بتحويل العملات بأسعار أعلى من الأسعار التي يتم بها التحويل في المصارف ويسلبون ما معهم من نقود ويعطونهم ظروفاً تحوي قصاصات ورق الجرائد ، وفي الغالب تتم هذه العملية برضا السائح تحت تأثير الطمع .

٤- جرائم انتهاك خصوصيات السائح [3] :

وهذه الجرائم ترتكبها الشركات المنظمة لبرامج السياحة ، أو الفنادق أو الشاليهات أو الشقق والغرف المفروشة ، حيث يعلم القائمون على تلك المرافق بمواطن الضعف فيها ، ويقومون بالتلصص على السياح بهدف الابتزاز وتهديدهم بأنهم رأوهم في أوضاع مشينة وإلى غير ذلك من الأساليب التي ترغم السائح ذكراً أو أنثى على دفع مبالغ من المال حفاظاً على سرية خصوصياته . وهذه جريمة يعاقب عليها القانون، وتعاقب عليها الأنظمة المتعلقة بإنشاء وتأسيس تلك المرافق .

---

(١) ينظر : طلبة الطلبة للنسفي ، ص١٣٧ . ا ـدود والأحكام الفقهية للبسطامي ، ص٤٧ . التعريفات للجرجا ، ص١١٨ .

(٢) ينظر جرائم ا ال والعرض ، لعبود السراج ، ص٢٨١ بتصرف .

(٣) ينظر : أخطار السياح ، ص٨٠ .

٥-جرائم العرض :

وتتمثل بالبغاء ، والدعارة ، والقوادة والزنا ، والتحريض على الفسق والفجور وغيرها ، وانتشرت هذه الجرائم بعد سقوط الاتحاد السوفييتي وظهور الجمهوريات الجنوبية الفقيرة ، وكذلك في دول آسيا ذات الكثافة السكانية العالية والدخل المنخفض ، وبعض الدول الإفريقية الفقيرة ، حيث تستغل عصابات إدارة الدعارة علب الليل والملاهي والمراقص فتقوم تلك العصابات باستجلاب تلك النسوة واستغلال ظروفهن المعيشية ، فتحضر من موطنها الأصلي كسائحة وتسخر إما لاستغلالها جنسياً بعرض مفاتنها أو ممارسة البغاء مقابل أموال تدفعها لها العصابة أو تكون تلك الأموال للمرأة وحدها إذا اتخذت الجنس والبغاء حرفة لها ، أو تكون الأموال خالصة للمستغل لها وتكون هي مستأجرة تتقاضى منه أجراً ومكافأة [١] .

وتقوم بعض الشركات بالتغرير بتلك النسوة ووعدهن بالعمل في أوربا الغربية أو في الدول المتقدمة وعند حضورهن من أوطانهن تقوم الشركات بدفعهم إلى علب الليل وممارسة الرقص العاري والبغاء .

وتجد المرأة نفسها مجبرة على ممارسة البغاء ؛لأن العمل المعروض لها فقط هو الزنا والبغاء والدعارة وسائر صور الشذوذ الجنسي مع كل أحد[٢].

وتشير تقارير الأمم المتحدة إلى أن هناك حوالي أربعة ملايين امرأة يتعرضن للبيع سنوياً في مختلف أرجاء العالم وأن العصابات المتورطة في تجارتهن تكسب من ورائها سبعمائة مليون دولاراً في السنة الواحدة[٣] .

---

(١) ينظر : مكافحة السياحة ا نسية ، ص١٠٩ .

(٢) ينظر : جرائم البغاء مد نيازي ، ص٣٩٠ . لة الأسرة ، العدد ٦٣ ، ـادى الآخـرة ١٤١٩ هـ ـ ، ص٧٦-٧٧ . لة العر ، العدد ٤٨٤ ، ذو القعدة ١٤١٩ هـ ، ص٤٤-٥٢ ، ت عنوان " تايلانـد النمـر الآسيوي جر أ " استطلاع مد قنديل .

(٣) لة الأسرة العدد ٤٧ ، صفر ، ١٤١٨ هـ ، ص٣٣ .

٢- مكافحة جرائم السياحة والآثار الأمنية المترتبة عليها[١] :

حتى تكون السياحة مزدهرة فلا بد من توفير الأمن لعناصرها المكونة :

- أمن السائح .
- أمن المنشآت السياحية .
- أمن المرافق السياحية .
- أمن الأماكن السياحية .
- أمن المجتمع في الجرائم التي قد يرتكبها السائح .

لقد أولت الدول الاهتمام الكبير لأمن العناصر السالفة الذكر .... وبهذا المفهوم فإن الأمن السياحي يشمل المفهوم العام للسياحة الداخلية والخارجية وجميع الوسائل والإجراءات التي تتخذ لحماية السياح والمنشآت التي يرتادها السياح والإجراءات والعقوبات التي تطبقها الدولة عند الإخلال بالأمن .

ومن هنا نخلص إلى **تعريف للأمن السياحي بأنه : " هو منظومة من المفاهيم التربوية والعقابية والإجرائية التي تحقق ظروفاً جاذبة لتنقل الناس بقطع النظر عن أهدافهم ومدة إقامتهم وديانتهم بطمأنينة ويسر "** [٢] .

وكذلك يشمل الأمن السياحي أمن التراث الثقافي والتاريخي والحضاري الإنساني بالإضافة إلى المشاهد الطبيعية والموروثات الحضارية ، التي قد تتعرض للإتلاف أو السرقة أو التزييف أو التعدي .

أما **الأمن السياحي في الإسلام** فهو داخل في تأمين المجتمع بشكل عام ، والأمن هو الأصل في الإسلام والخوف استثناء بدليل قوله تعالى : (.. فليس عليكم جناح أن تقصروا من الصلاة إن خفتم أن يفتنكم الذين كفروا إن الكافرين كانوا لكم عدواً مبيناً) "سورة النساء " .

وجعل الله الأمن من الخوف سبباً لعبادته حين امتن على قريش بأنه أطعمهم من جوع وآمنهم من خوف ، **وقال تعالى : (لإيلاف قريش ، إيلافهم رحلة الشتاء**

---

(١) الظواهر الإجرامية ا ستحدثة وسبل مواجهتها ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، ص٤٣ .

(٢) أ. د. أ د بن سليمان صا الربيش ، مرجع سابق ، جرائم السياح ، ص١٠٢ وما بعد .

والصيف ، فليعبدوا ربّ هذا البيت ، الذي أطعمهم من جوع وآمنهم من خوف) "
سورة قريش " .

وحيث إن الإجراءات الأمنية تهدف إلى منع وقوع الجريمة فإن الإجراءات والتشريعات القانونية تنص على ردع الجناة وزجر غيرهم حتى لا يقدموا على ما فعله أولئك الجناة ، فالعقاب هو الذي يجعل للأمر والنهي معنى ومفهوماً ، وهو الذي يحمل الناس على الالتزام بالأنظمة والقوانين .

تأسيساً على ذلك فقد قامت المنظمات الدولية المهتمة بشؤون السياحة والدول ببذل الجهود الكبيرة لتوفير الأمن لجذب السياح ، ومكافحة الجرائم السياحية وتقليل آثارها السلبية على مجريات الأمور في الدولة .

٣- الجهود المبذولة في مكافحة جرائم السياحة :

أ- الجهود الدولية :

- لقد قامت الدول بالتعاون فيما بينها من خلال عدة منظمات لإيجاد أجواء آمنة في جميع أنحاء العالم تعمل على جذب السياح ، وصاحب ذلك الاهتمام بالمناطق السياحية وتزويدها بالمرافق والمنشآت اللازمة التي تصلح مأوى للسياح ، وترغّبهم في زيارة تلك الأماكن .

وحيث إن الفنادق هي أول وأكبر المستفيد من السياح فقد شهد العالم تأسيس الاتحاد الدولي للفندقيين عام ١٨٦٩ م ، ثم أنشئت الرابطة الدولية للجمعيات السياحية عام ١٨٩٨ م ، وتحولت عام ١٩١٩ م إلى : " الحلف الدولي للسياحة " .

ثم أنشئ الاتحاد الدولي للهيئات السياحية الرسمية ، وبعد إنشاء عصبة الأمم في ١٩٢٤ م ثم الأمم المتحدة فقد أصبح الأمن أهم أولوياتها وتم إنشاء مجلس الأمن الدولي المعني بحفظ الأمن والسلام الدوليين ، وله من الإجراءات والأنظمة ما يخول له فرض الأمن بالقوة إذا دعا الحال لذلك ، ومن المنظمات المعنية بالسياحة تحديداً لجنة النقل والمواصلات وهي المعنية بمسائل السفر والسياحة الدوليين .

ومن المنظمات الدولية التي تعنى بأمور السياحة منظمة الصحة العالمية ، وهي المسؤولة عن إعلان المناطق الموبوءة ببعض الأمراض ومنع السفر إليها أو القدوم منها ،

وهـي المسـؤولة عـن التحصـينات ضـد الأمـراض المسـتوطنة مثـل الجـدري ، والتهـاب السحايا " سارس " وغيرها ، وإلـزام المسـافرين بالتحصـين بـالرغم مـن أن الأمـراض لا تعد جريمة ، إلا أنها تدخل في نطاق الأمن الشامل للمجتمع من الأمراض المعدية الـتي قد ينقلها بعض المسافرين ، ويدخل في هذه الأمراض، الأمـراض الحديثة مثل الإيدز والتي تلزم بعض الدول القادمين إليها بالحصول على شهادة صحية بخلوهم مـن هـذا المرض .

ومن المنظمات أيضاً منظمة الطيران المدني الدوليـة ، ومـن أهـداف هـذه المنظمـة تحديد المبادئ التي تقوم عليها الملاحة الدولية وعقدت الكثير من المؤتمرات بالتعـاون مع شركات الطيران لتأمين المطارات وتأمين الطائرات والركاب .

وتعمل كذلك الشرطة الدولية " الأنتربول " على مكافحة الجريمـة بصـفة عامـة وملاحقة المجرمين وتسليمهم لدولهم لمحاكمتهم على الجرائم التي اقترفوهـا ، وربمـا يكون من أولئك السياح .

واهتمـت منظمـات مثـل اليونسـكو ، والأيكـوم (المجلـس الأعلـى للمتـاحف) والأيكووم (المركز الدولي لدراسة وصيانة وترميم الممتلكـات الثقافيـة)، والمجلـس الـدولي للسـياحة والسـفر بـأمن الممتلكـات السـياحية والثقافيـة والحضـارية علـى المستوى الدولي [1] .

ب- الجهود الإقليمية :

جرى الاتفـاق بـين جميـع الـدول علـى مبـدأ السـيادة الإقليميـة في تطبيـق القـوانين علـى مـرتكبي الجـرائم داخـل الإقليم المعـني دون تـدخل إلا بقـدر مـا يخـدم العدالـة ويحفـظ حقـوق الجميـع (الجـاني والمجـني عليـه والدولـة) ، ويطبـق هـذا المبـدأ علـى القوانين التي تعمل على مكافحة جرائم السياحة .

وحيث إن الجرائم تقع إما على المنشآت أو المواقع الطبيعية أو العاملين أو السـياح أو الوسـائل الأمنيـة لحمايـة تلـك المواقـع والسـياح ، فإننـا سـنتناول الجهـود المبذولـة لمكافحة الجريمة السياحية المحتملة الوقوع على أي من تلك العناصر .

---

(١) ينظر : مفهوم الأمن السياحي الإسلام ، لعبد ا ميد ا ا ، ص١٥ ، الأمن السياحي ، ص٣٨ .

١- جهود الدولة في مكافحة الجريمة التي تقع على المنشآت والأماكن والمناطق السياحية : وتشمل هذه الجهود أمن المباني ويشمل المباني الحضارية، والمباني الدينية ، والمواقع الأثرية والسياحية، وتشرف على هذه المنشآت وزارات أو إدارات السياحة ، وتحدد الجرائم التي تقع عليها بموجب قوانين تسنها الدولة وتطبقها في شأن مرتكبي تلك الجرائم ، ومن المتفق عليه أن إجراءات مكافحة الجريمة بصفة عامة تعني **نوعين من الإجراءات** :

أ- إجراءات تقي من وقوع الجريمة عن طريق إقامة عدد من الحواجز بين المجرم والنجاح في ارتكاب الجريمة وبما يجعله يعدل عن ارتكابها .

ب- إجراءات ضبط الجرائم التي ينجح الجناة في اجتياز حواجز الوقاية وارتكاب الجريمة وتضم الجهود المبذولة لكشف وتحديد شخصية الجناة وتوفير الأدلة التي تثبت ارتكابهم للجريمة ، فإن إجراءات مكافحة الجرائم السياحية تضم في الواقع كلا النوعين السابقين من الإجراءات [1] .

- ومن الإجراءات المتبعة لحماية تلك المواقع الإشراف الأمني الدقيق من قبل إدارة الآثار ، وأجهزة الأمن ، وشرطة الآثار على عمليات حصر الآثار وتصويرها وتسجيلها وتوفير الأعداد الكافية من مراقبي الآثار بمختلف المناطق الأثرية وتزويدهم بكافة الوسائل التي تمكنهم من أداء مسؤولياتهم الأمنية في الإشراف على المواقع الأثرية .

- ملاحظة أعمال البحث والتنقيب الجارية ومنع التعديات على الموقع الأثري .

- الحرص على معاينة الآثار ومستودعات وخزانات حفظها والتأكد من سلامة مبانيها وإحكام إغلاق أبوابها ونوافذها ، وتوفير وسائل الأمن والسلامة . وتوفير الإضاءة الكافية بها .

- وضع خطط لتأمين تلك المواقع وتشديد الحراسة عليها وتوفير القوة البشرية والإمكانات المادية اللازمة لتنفيذ تلك الخطط .

---

(١) الأمن السياحي ، مصدر سابق ، ص١٢٩ .

- توظيف أكبر عدد من المرشدين السياحيين وتكليفهم بجانب عملهم كمرشدين بمراقبة السياح وخصوصاً الأشخاص المشهورين بالاتجار في الآثار وإعداد الخطط لضبطهم متلبسين بحيازة الآثار المسروقة .

- تشديد الرقابة على منافذ الدولة البرية والبحرية والجوية لمنع وضبط عمليات تهريب الآثار .

- المشاركة في إجراءات الأمن المتصلة بالبعثات الأجنبية للتنقيب لمنع سرقة وتهريب الآثار عند اكتشافها .

- إلزام بعثات التنقيب الأجنبية بالإعلان عن أي كشف أثري تنجح فيه وتسجيل جميع القطع التي تعثر عليها ونشر ذلك الكشف علمياً وتسليم تقرير مفصل لدوائر الآثار الوطنية .

- إثبات ملكية ما تكشفه البعثات الأجنبية للتنقيب للدولة التابع لها مكان الأثر التاريخي(١).

٢- الجهود المبذولة لتأمين المنشآت الفندقية ومحال الإقامة ووسائل النقل : تعد الفنادق والشقق المفروشة والشاليهات والمخيمات من أهم المواقع التي يستهدفها النشاط الإجرامي وبخاصة النشاط الإرهابي حيث إنها أمكنة لتجمع السياح .

وتعنى الدول بوضع الإجراءات الكفيلة التي تمنع وقوع الجريمة السياحية في تلك المنشآت ، **ومن أهم تلك الإجراءات للمكافحة ما يلي :**

- وضع التعليمات الواضحة بشأن التأكد من هويات الداخلين والخارجين من تلك المرافق والمنشآت .

- القيام بعمليات التفتيش اللازمة للحقائب والأمتعة المشتبه بها قبل نقلها إلى الداخل أو الخارج .

- توفير الكوادر البشرية المدربة من الشرطة وموظفي الفنادق لتشغيل أجهزة الإنذار عند حدوث الخطر .

---

(١) التخطيط العلمي لتوجيه العمل الأثري ودوره اية الآثار ، مد ال الدين تار ، ص١٨ .

- وضع خطط لتأمين المنشآت الفندقية من الداخل بنشر مجموعات أمنية ، واختيار نقاط تمركز بما يمكنهم من السيطرة على الوضع في حالة توقع حدوث خطر أمني على المنشأة .

- التنسيق بين موظفي الفنادق وإدارات قوات الأمن العام في الدولة بالصورة التي تكفل الانسجام وتمنع التضارب في حالة حدوث الخطر الأمني .

- الاهتمام بالحراسات على الطرق المؤدية إلى تلك المنشآت ومواقف السيارات القريبة منها وتسيير الدوريات الراجلة والراكبة لمراقبة المناطق التي تحيط بتلك المنشآت .

- مواجهة حالات الاشتباه وفحصها واتخاذ الإجراءات الاحترازية الكافية بشأنها .

- وضع نقاط مراقبة حول المنشآت من عدد من سيارات الشرطة أو قوات الأمن الخاصة بتلك المنشآت على مدار الساعة قرب المنشأة .

- إحاطة المنشآت بحواجز إسمنتية أو أسوار خارجية تكون فاصلاً بينها وبين المحيط الخارجي .

- مراعاة الأمن الهندسي لتلك المنشآت عند بنائها بما يجنبها الأخطار الطبيعية مثل الزلازل ، وتوفير وسائل الإطفاء ، وأجهزة الإنذار ، وسلالم النجاة ، وتحديد نقاط التجمع عند حدوث الأخطار الطبيعية أو الأمنية (1) .

٣- الجهود المبذولة لتأمين السائح : عادة ما يكون المستهدف هو السائح في عمليات السرقة والنصب والاحتيال والجرائم السياحية التي تهدف إلى الكسب المادي والحصول على أكبر قدر ممكن من النقود من السياح . وتقوم أجهزة الأمن والشرطة الخاصة بالسياح بكثير من الإجراءات الوقائية لحماية السائح من تلك الجرائم ، **ومنها** :

- تأمين السائح بتكثيف الإجراءات الوقائية في أماكن الإقامة وفي المواقع الأثرية .

---

(١) ينظر : الأمن السياحي ، مصدر سابق ، ص١٥٠ إ ص١٥٣ .

- وجود دوريات مستمرة حول تلك المناطق لتأمين السياح .

- نصح السياح بوضع الأشياء الثمينة والنقود ووثائق السفر لدى إدارة الفنادق ومحال الإقامة منعاً لسرقتها .

- نصح السياح بالسير في مجموعات وتجنب السير منفرداً .

- وضع كمائن من رجال الأمن ورجال الشرطة السياحية حول المواقع الأثرية وأماكن إقامة السياح لضبط معتادي الإجرام الذين يتواجدون في تلك المواقع .

- القيام بحملات التفتيش والضبط لحالات التسول والمعاكسات النسائية التي تقع في تلك المواقع .

- متابعة شكاوى السائحين والبت فيها ووضع السبل الكفيلة بمنع تكرارها وإزالة أسباب وجودها .

- اتخاذ التدابير الأمنية اللازمة في ضوء المعلومات المتوفرة عن الأفواج السياحية مثل الديانة والجنسية والاتجاهات الفكرية منعاً للأخطار المتوقع تعرضهم لها ، وخاصة من الجماعات الإرهابية .

- الفحص على السياح وعلى العاملين في المرافق السياحية لحفظ الجميع من الأمراض المعدية أو القاتلة أو الوبائية .

- وجود رقابة أمنية غير منظورة بالمواقع السياحية وأماكن الإقامة بهدف ضبط المشتبه بهم ومنع المضايقات التي قد يقابلها السياح .

ويتعرض السياح لبعض الجرائم السياحية من الشركات والمؤسسات المرتبطة بالنشاط السياحي ، وهذه الجرائم تعالجها الأنظمة واللوائح المنظمة لقيام وإنشاء تلك الشركات والفنادق ، **ومن أهمها** :

- سحب الترخيص عند ثبوت المخالفة لأحكام النظام .

- الإيقاف المؤقت لنشاط المنشاة .

- معاقبة الموظف الذي ارتكب الجرم بموجب النظام حسب حجم الجرم المرتكب وإلزام تلك الشركات والمؤسسات بتوفير وسائل النقل الآمن للسياح بين المواقع السياحية والمرافق التي يقيمون فيها .

- تأمين المطارات ، والطائرات ووسائل النقل البري والبحري وتفتيشها

- تعيين قوة بالزي المدني لمرافقة السياح في السيارات لمنع ركوب أي شخص غير مصرح له والتأكد من هويات الركاب .
- التنسيق مع الجهات الأمنية وسلطات المرور لتحديد مسار الحافلات .
- التأكد من سلامة وضع السائقين والمرشدين والمرافقين للسياح .
- الطلب من السلطات الأمنية تسيير سيارات نجدة لمرافقة الأفواج السياحية .
- نشر الحراسات الأمنية لتأمين كافة المحطات التي تتوقف فيها الحافلات أو القطارات المقلة للسياح [1] .

هذه الإجراءات تقوم بها الدولة التي تستضيف السياح ، وتشرف عليها وزارات وإدارات مختلفة ومتعددة حسب نوعية الإشراف في كل دولة مثل وزارة السياحة أو وزارة الثقافة ، أو وزارة الإعلام وبالطبع بالتعاون مع الأجهزة الأمنية في وزارة الداخلية ومع الأجهزة القضائية في وزارة العدل .

٤-الآثار المترتبة على السياحة

بالرغم من الأهمية القصوى التي تعلق على السياحة كأحد المصادر المهمة لدخل الدول الحديثة ، فإن هناك تأثيرات سلبية للسياحة ينبغي تداركها بعد دراسة كافة زواياها بعمق وصولاً لتحقيق الأمن الكامل للمجتمع يتمثل في تلك الخطورة الإجرامية التي قد تجلبها نوعية خاصة من السياح المحليين الذين خرجوا إلى بلاد غربية ، أو من السياح الأجانب الذين قدموا لمجتمع قد يختلف اختلافاً كلياً أو جزئياً عن المجتمع الذي قدموا منه لا سيما وأنه في حالات معينة قد يكون الفعل المرتكب مباحاً في بلد السائح بالرغم من تجريمه في البلاد التي يفد إليها ، وهذا يعد أبسط نوع من أنواع الجرائم التي يمكن أن يرتكبها السائح الأجنبي ناهيك عن الجرائم الأخرى التي يمكن أن ينجرف لارتكابها لدوافع معينة كامنة في نفسه .

فعلى سبيل المثال : قد ينجرف السائح الأجنبي نحو ارتكاب جريمة الفعل الفاضح العلني تلك الجريمة التي يجرمها القانون في الدول الشرقية ويتشدد في

---

(١) ينظر : التعاون الدو ال السياحة ، مد التابعي مود ، ص٢٤٦ إ ص٢٥٢ . الأمـن السـياحي ، ص١٣٩ إ ص١٤٢ .

عقوبتها ، بينما لا تجرم في الدول الغربية ، وذلك نظراً لاختلاف القيم والمبادئ التي يخضع لها كل مجتمع .

فقد ينجرف السائح نحو ارتكاب جريمة جلب المخدرات ، أو جريمة التهريب الجمركي والنقدي ، أو التزوير واستعمال المحررات المزورة ، التي يغلب أن تنصب على جوازات السفر وتأشيرات الدخول والشيكات السياحية بصورها المختلفة ، أو جريمة تزييف العملة وإدخالها للبلاد من خلال عصابات منظمة ، أو جرائم النصب والاحتيال ، أو الجرائم الخلقية كممارسة الدعارة والقوادة وغيرها ، أو جرائم شرب الخمر التي اختلفت القوانين الوضعية في تجريمها والعقاب عليها لا سيما فيما يتعلق بالسائح الأجنبي .

ولا شك أن هذه الجرائم وغيرها من السياح الأجانب الذين قدموا من مجتمعات لا تقيم للمبادئ والأخلاق وزناً ترتكب تحت ستار السياحة وتؤثر في أمن المجتمع وقيمه الراسخة فيه، وكذلك تؤثر في عاداته وتقاليده [1] .

والنوع الثاني من الآثار السيئة للسياحة يتمثل في أن خروج أعداد كبيرة من السياح المحليين إلى بلاد الغرب وخاصة فئة الشباب كشف أن نسبة كبيرة من هؤلاء الشباب بدؤوا في تعاطي المخدرات وهم خارج الدولة .

واستدل العقيد عبد الجليل مهدي نائب مدير الإدارة العامة لمكافحة المخدرات في شرطة دبي بدراسة أجريت على عينة من المدمنين أثبتت أن ٣٣٪ منهم كانت بدايات تعاطيهم خارج الدولة ، وحذر المسؤول الأمني من حالات التحايل التي يذهب ضحيتها كثير من الشباب المسافرين للخارج قائلاً : في بعض الأحيان يطلب أحد الأشخاص في دولة ما من المسافر حمل حقيبة لا يعلم ما بداخلها ، كما لا يعلم أن هذا المجرم استغل طيبته في إيصال ونقل الحقيبة دون علم بما تحويه من مواد مشبوهة أو مخدرات [2] .

---

(١) ينظر : أخطار السياح لفؤاد علام ، ص٥٣ إ ص٥٥ بتصرف .

(٢) لة الأسرة ، ص١٨ ، ٢٠ ، ٢٢ ، ٢٤ بعنوان " السياحة آمال وخيالات " .

وأيضاً فإن السفر إلى بلاد الغرب من أكثر وأسرع مصادر الغزو الثقافي تأثيراً على الشباب ، ولا يقتصر الأمر على هذا بل يمتد إلى أخطار صحية أخرى كالإصابة بمرض الإيدز ، وربما تجنيد الشباب العربي للتجسس على بلادهم ، فمنذ توقيع معاهدة السلام بين مصر وإسرائيل زار مصر ٥٠٪ من سكان إسرائيل فوق ١٥ سنة ، كما تم ضبط العديد من الإسرائيليين القادمين لمصر بدعوى السياحة في شبكات تجسس وتجنيد المصريين في شبكات تجسس إسرائيلية .

كما كشفت التحقيقات في العديد من القضايا التي تم ضبطها ،أن ذلك يتم غالباً عبر إغراء الشباب بالزواج من إسرائيلية سواء للإقامة أو لتوفير فرصة عمل له خصوصاً في فترات انتشار ثقافة السلام قبل اندلاع انتفاضة الأقصى، ولذا فقد حذرت لجنة القوى العاملة بمجلس الشعب المصري(البرلمان)عام ١٤٢٢ من تزايد ظاهرة زواج الشباب المصري بإسرائيليات كمخرج من حالة البطالة .

ولا يقتصر الخطر على سفر المصريين لإسرائيل بل يمتد لجرائم هؤلاء اليهود السياح في مصر وسيناء وخصوصاً جلبهم المخدرات والسلاح والتجسس ، وقد أبلغ وزير الخارجية المصري السابق عمرو موسى البرلمان المصري عام ٢٠٠٠ م عن ارتكاب ٧٩ صهيونياً مخالفات جنائية تتراوح بين تهريب المخدرات والعملات المزورة وتهريب الأسلحة والبضائع .

كذلك تم ضبط عدد من الجواسيس الإسرائيليين قدموا إلى مصر في صورة سياح أو رجال أعمال . وبلغ عدد القضايا التي اتهم فيها السياح الإسرائيليون في مصر ٤٤٥٧ قضية ، ضبط منها في إحدى القضايا سنة ١٩٨٦ م أكثر من خمسة أطنان من الحشيش وثلاثين كيلو جراماً من الأفيون [١] .

---

(١) ا رجع السابق .

المبحث الثاني
الإرهاب والنشاط السياحي

المطلب الأول : مفهوم الإرهاب .... وأسبابه .

المطلب الثاني:السياحة والاستقرار السياسي

المطلب الثالث: الانعكاسات السلبية للإرهاب على النشاط السياحي.

- أثر الإرهاب على المقومات البشرية للنشاط السياحي .
- أثر الإرهاب على البنية الأساسية للنشاط السياحي .
- أثر الإرهاب على العائد المادي من النشاط السياحي .
- أثر الإرهاب على الاستثمار في النشاط السياحي .
- أثر الإرهاب على الصناعات المغذية للنشاط السياحي .

المبحث الثاني
الإرهاب والنشاط السياحي

مقدمة :

يعد النشاط السياحي مصدراً رئيسياً من مصادر الدخل القومي للكثير من الدول والحكومات وقطاعاً هاماً من قطاعات التنمية ووسيلة رئيسية لتحقيق التقدم الاقتصادي والثقافي والاجتماعي. كما يمكن القول بأنه يعد أحد السبل الهامة لتدعيم أواصر السلام والاستقرار في العالم لما يتيحه من فرص للتعرف على حضارات الشعوب وثقافتها وتراثها وفنونها القديمة مما يساعد على التقارب بين الأمم والشعوب .

ووفقاً لمنظور الأمم المتحدة يعد النشاط السياحي نشاطاً ثقافياً وحضارياً يوطد علاقات التكامل بين حضارات الأمم والتضامن بين الدول لتعزيز أواصر السلم والأمن الدوليين [1] .

وبالرغم من الجهود الدولية والإقليمية لحماية النشاط السياحي والعمل على تطويره لتحقيق المزيد من المكاسب الاقتصادية والثقافية والاجتماعية إلا أنه قد تعرض وبفعل الأعمال الإرهابية التي بدأت في التزايد كما وفي التوسع نطاقاً إلى الكثير من الانتكاسات والمخاطر المهددات التي ألحقت به خسائر جسيمة .

إلا أن هذا النشاط وبحكم طبيعته وأهدافه والقائمين عليه والممارسين له يتطلب دائماً ضرورة توافر الأمن والاستقرار في البلدان التي يقصدها السائح والتي تقع بها المواقع والمنشآت السياحية التي يمارس بها هذا النشاط وهو الأمر الذي لا يتحقق أو يتوافر في حالة وقوع الأعمال الإرهابية أو التهديد بوقوعها أو وجود المؤشرات التي تشير إلى احتمال القيام بها مما يؤدي إلى خلق حالة من الخوف والذعر لدى السائحين المحور الرئيسي لهذا النشاط ودفعهم إلى عدم القيام أو عدم استكمال رحلاتهم السياحية وهو ما يجعل النشاط السياحي يصاب بالشلل الكلي أو الجزئي.

---

(١) عبد الوهاب عبد الرزاق التحا ، الشرطة والأمن السياحي ، ث غ منشور ، ص١ .

سوف نقوم في هذا الفصل بدراسة المواضيع التالية :

المطلب الأول : مفهوم الإرهاب...أسبابه...عوامله...ظهوره

مفهوم الإرهاب ومعناه :

- **الإرهاب في اللغة :**

تشتق كلمة " إرهاب " من الفعل المزيد (أرهب) ؛ ويقال أرهب فلاناً : أي خوّفه وفزَعه ، وهو المعنى نفسه الذي يدل عليه الفعل المضعف (رهب) .

أما الفعل المجرد من المادة نفسها وهو (رهب) ، يَرْهَبُ رَهْبَةً ورَهْباً فيعني خاف، فيقال : رَهِبَ الشّيء رهبا ورهبه أي خافه . والرهب : الخوف والفزع . وفي اللغة العربية ، لم تستعمل كلمة إرهاب للدلالة عن الواقع السياسي إلا مؤخراً .[١]

والإرهابيون في " **المعجم الوسيط** " : وصف يطلق على الذين يسلكون سبيل العنف والإرهاب لتحقيق أهدافهم السياسية والإرهابي في " **المنجد** " : من يلجأ إلى الإرهاب لإقامة سلطته ، والحكم الإرهابي هو نوع من الحكم يقوم على الإرهاب والعنف تعمد إليه حكومات أو جماعات ثورية[٢] و " الإرهاب " في " **الرائد** " هو رعب تحدثه أعمال عنف كالقتل وإلقاء المتفجرات أو التخريب لإقامة سلطة أو تقويض أخرى .

هذا لغوياً ، أما اصطلاحياً فلقد أثار تعبير " الإرهاب " جدلاً فقهياً واسعاً لجهة تعريفه وتحديده ، سواء من الناحية السياسية أو القانونية فالبعض يأخذ بمعيار ضحايا العمليات الإرهابية لتحديد الإرهاب ، والبعض الآخر يركز على أهداف ودوافع الإرهاب ، وهناك رأي آخر يأخذ بمعيار مرتكب الجريمة .... الخ

- **الاختلاف حول " مفهوم الإرهاب " تعريفه :**

لقد أدى اختلاف الدول في نظرتها إلى الإرهاب من حيث مفهومه ومعناه ، إلى صعوبة اتفاقها على المستوى الدولي بشأن التعاون لمكافحة هذه الظاهرة .

---

(١) دلال يسما،" ظاهرة الإرهاب: جذورها الفكرية والتار ية"، لـة الـدفاع الـوط ، العـدد ٣٩، كـانون الثا ،٢٠٠٢،ص٦٠ وما بعد.

(٢) ا نجد اللغة الإعلام، دار ا شرق، ب وت، ١٩٧٥،ص٢٨٢.

ويمكن تجسيد هذا الاختلاف في العبارة المختصرة التي تقول : " إن الإرهابي في نظر البعض ، هو محارب من أجل الحرية في نظر الآخرين " . وقد أدى هذا إلى فشل أغلب الجهود الدولية في الوصول إلى تحديد دقيق لحقيقة الإرهاب ، ما حال دون الاتفاق على درجة من التعاون الدولي لمكافحة الإرهاب ، لدرجة أن المؤتمر الدولي الذي عقد في عام ١٩٧٣ م لبحث الإرهاب والجريمة السياسية قد انتهى إلى أن عدم وجود مفهوم واضح للأسباب التي تؤدي إلى ممارسة النشاطات التي تنشئ حالة الإرهاب هو العقبة التي تحول دون اقتلاع الإرهاب واجتثاث جذوره .

ويختلف الوصف الذي يطلقه رجال الإعلام على أعضاء المنظمات الإرهابية باختلاف الموقف السياسي الذي يتخذونه تجاههم ، ومن ثم استخدمت أوصاف مختلفة عند الإشارة إليهم ، فهم إما إرهابيون أو مخربون أو عصابة أو منشقون أو مجرمون ، وإما جنود تحرير أو محاربون من أجل الحرية أو مناضلون ، أو رجال حركة شعبية أو ثورية ، وأحياناً يوصفون بأنهم خصوم أو معارضون للحكم أو " راديكاليون " (متطرفون : Radicals) . وتوصف عملياتهم في نظر بعض الكتاب بأنها عمليات إرهابية أو أفعال إجرامية دنيئة وغادرة ، وفي نظر بعضهم الآخر تعد عمليات فدائية أو عمليات مقاومة أو تحرير .

لقد كان الإرهاب ظاهرة متميزة من مظاهر الاضطراب السياسي في القرون السابقة ، ولم تخل منه أمة من الأمم أو شعب من الشعوب . ومن المؤسف أن يحاول بعض المغرضين الربط بين الإرهاب وحضارة الأمة العربية ، أو بين الإرهاب والإسلام، فإن ظاهرة الإرهاب لا تقتصر على دين أو على ثقافة أو على هوية معينة ، وإنما هي ظاهرة شاملة وعامة .

وتجدر الإشارة إلى أن تعبير " الإرهاب " هو من ابتداع الثورة الفرنسية ، ولم يتبلور الإرهاب واقعياً إلا في عام ١٧٩٣ م ، وكان ذلك عندما أعلن روبسبير (Robespierre) بداية عهد الإرهاب أو الرهبة " Reign of Terror " في فرنسا (١٠ آذار ١٧٩٣ م — ٢٧ تموز ١٧٩٤ م) .

ومن اسم هذا العهد اشتقت اللغتان الإنجليزية والفرنسية كلمة (Terrorism) بالإنجليزية و (Terrorisme) بالفرنسية ، بمعنى " الإرهاب " .

فخلال الثورة الفرنسية آدار روبسبير ومن معه من أمثال سان جيست (St Just) وكوثون (Couthon) العنف السياسي على أوسع نطاق ، حيث قادوا حملة إعدام رهيبة شملت كل أنحاء فرنسا ، حتى قدّر عدد من أعدموا في الأسابيع الستة الأخيرة من عهد الإرهاب ١٣٦٦ مواطناً فرنسياً من الجنسين في باريس وحدها .

ومن أصل سكان فرنسا ، الذين كان يبلغ عددهم في ذلك الوقت ٢٧ مليون نسمة ، تمكن هؤلاء القادة من قطع رأس ٤٠ ألفاً بواسطة المقصلة .

كما تمكنوا من اعتقال وسجن ٣٠٠ ألف آخرين . وكاد السناتور جوزيف ماكرثي (Joseph McCarthy) أن يصبح روبسبير القرن العشرين (١٩٥٠ - ١٩٥٤ م) في الولايات المتحدة الأمريكية ، عندما قاد حملته ضد العناصر اليسارية الأمريكية آنذاك ، إلا أن اتهاماته بالخيانة للآلاف لم تصل إلى حد قطع رؤوسهم بالمقصلة أو خنقهم في غرف الغاز المغلقة .

وقد حاولت المنظمات الدولية كالأمم المتحدة تحديد مفهوم الفعل الإرهابي من منطلق أن " الإرهاب "هو شكل من أشكال العنف المنظم ، بحيث أصبح هناك اتفاق عالمي على كثير من صور الأعمال الإرهابية مثل الاغتيال والتعذيب واختطاف الرهائن واحتجازهم وزرع القنابل والعبوات المتفجرة واختطاف وسائل النقل كالسيارات والأتوبيسات والطائرات أو تفجيرها ، وتلغيم الرسائل وإرسالها إلى الأهداف التي خطط الإرهابيون للإضرار بها ....وغيرها .

والإرهاب هو أداة أو وسيلة لتحقيق أهداف سياسية ، سواء أكانت المواجهة داخلية ، بين السلطة السياسية وجماعات معارضة لها ، أو كانت المواجهة خارجية بين الدول . فالإرهاب هو نمط من أنماط استخدام القوة في الصراع السياسي ، حيث تستهدف العمليات الإرهابية القرار السياسي ، وذلك بإرغام دولة أو جماعة سياسية على اتخاذ قرار أو تعديله أو تحريره ، مما يؤثر في حرية القرار السياسي لدى الخصوم . والإرهاب هو باختصار عبارة عن العمليات المادية أو المعنوية التي تحوي نوعاً من القهر للآخرين ، بغية تحقيق غاية معينة .

ويؤكد المجمع الفقهي الإسلامي في اجتماعه الذي عقد في ٢٦ شوال ١٤٢٢ هـ (الموافق ١٠كانون الأول ٢٠٠٢ م) في رابطة العالم الإسلامي بمكة المكرمة في

دورته السادسة عشرة أن التطرف والعنف والإرهاب ليس من الإسلام في شيء ، وأنها أعمال خطيرة لها آثار فاحشة ، وفيها اعتداء على الإنسان وظلم له ، ومن تأمّل مصدري الشريعة الإسلامية ، كتاب الله الكريم وسنة نبيه "ص" ، فلن يجد فيها شيئاً من معاني التطرف والعنف والإرهاب ، الذي يعني الاعتداء على الآخرين دون وجه حق .

وفي البيان الذي أصدره المجمع في ختام هذه الدورة ، تم تعريف الإرهاب بأنه " ظاهرة عالمية ، لا ينسب لدين ، ولا يختص بقوم ، وهو ناتج عن التطرف الذي لا يكاد يخلو منه مجتمع من المجتمعات المعاصرة .....

وهو العدوان الذي يمارسه أفراد أو جماعات أو دول بغياً على الإنسان (دينه ودمه وعقله وماله وعرضه) ويشمل صنوف التخويف والأذى والتهديد والقتل بغير حق، وما يتصل بصور الحرابة ، وإخافة السبيل ، وقطع الطريق ، وكل فعل من أفعال العنف أو التهديد ، يقع تنفيذاً لمشروع إجرامي فردي أو جماعي ، ويهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس أو ترويعهم بإيذائهم ، أو تعريض حياتهم ، أو حريتهم ، أو أمنهم ، أو أحوالهم للخطر .

ومن صنوفه إلحاق الضرر بالبيئة أو بأحد المرافق والأملاك العامة أو الخاصة ، أو تعريض أحد الموارد الوطنية أو الطبيعية للخطر . فكل هذا من صور الفساد في الأرض ، التي نهى الله سبحانه وتعالى عنها .

وأكد المجمع الفقهي الإسلامي " أن من أصناف الإرهاب إرهاب الدولة ، ومن أوضح صوره وأشدها بشاعة ، الإرهاب الذي يمارسه اليهود في فلسطين ، وما مارسه الصرب في كل من البوسنة والهرسك وكوسوفو " ، ورأى المجمع هذا النوع من الإرهاب " من أشد أنواعه خطراً على الأمن والسلام في العالم ، وجعل مواجهته من قبيل الدفاع عن النفس والجهاد في سبيل الله " .

ومن النقاط المهمة في البيان الإجماع على أن الإرهاب ليس من الإسلام وأن " الجهاد " ليس إرهاباً ، وتحليل ما المقصود بالجهاد الذي شرّع نصرةً للحق ودفعاً للظلم وإقراراً للعدل والسلام والأمن .كما أوضح البيان أن للإسلام آداباً وأحكاماً واضحة في الجهاد المشروع تحرم قتل غير المقاتلين ، وتحرم قتل الأبرياء من الشيوخ

والنساء والأطفال وتحرم تتبع الفارين ، أو قتل المستسلمين ، أو إيذاء الأسرى ، أو التمثيل بجثث القتلى أو تدمير المنشآت والمواقع والمباني التي لا علاقة لها بالقتال .

وأكد البيان انه لا يمكن التسوية بين إرهاب الطغاة الذين يغتصبون الأوطان ويهدرون كرامة الإنسان ، ويدنسون المقدسات وينهبون الثروات وبين ممارسة حق الدفاع المشروع الذي يجاهد به المستضعفون لاستخلاص حقوقهم المشروعة في تقرير المصير .

وتتطلب ظاهرة الإرهاب الكثير من الجهود الإقليمية لمكافحتها والوقاية منها ، وذلك بتبني إستراتيجية تقوم على التنسيق بين الدول والأجهزة المعنية بمكافحة الإرهاب فيها ، ومن ذلك التعاون الأمني ، وتبادل المعلومات ، وتوحيد الإجراءات الكفيلة بالحماية الجنائية ، وسن القوانين الرادعة لمرتكبي جرائم الإرهاب .

ومن أهم الإنجازات التي تحققت في مجال مكافحة الإرهاب في الوطن العربي القرارات التي أصدرها مجلس وزراء الداخلية العرب في دوراته الممتدة من عام ١٩٨٢ – ١٩٩٨ م والهادفة إلى تعزيز التعاون الأمني بين الدول العربية .

وقد توالت الجهود في أساليب الوقاية من الجريمة وجرائم الإرهاب بشكل خاص إلى أن صدرت الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب ، والتي كانت نتاجاً للجهود لمجلس وزراء الداخلية ومجلس وزراء العدل العرب ، الذي توج بالاتفاق في ٢٥ / ١٢ / ١٤١٨ هـ الموافق ٢٢ / ٤ /١٩٩٨ م على توقيع هذه الاتفاقية ، التي حددت أساليب مكافحة الإرهاب ، وحددت كذلك الجرائم الإرهابية وملاحقة مرتكبيها في جميع أجزاء الوطن العربي . **ومن أهم ما جاء فيها في مجال الوقاية من الإرهاب** :

- تعهد الدول العربية بعدم تنظيم أو تمويل أو ارتكاب الأعمال الإرهابية أو الاشتراك فيها بأية صورة من الصور وعليها الحيلولة دون اتخاذ أراضيها مسرحاً للقيام بأي فعل من هذه الأفعال بما في ذلك العمل على منع تسلل العناصر الإرهابية إليها أو إيوائها أو إقامتها أو تدريبها أو تسليحها أو تقديم أية تسهيلات لها .

- التزام الدول العربية بتطوير الأنظمة المتصلة بالكشف عن حركة الأسلحة والذخائر والمتفجرات ومراقبتها ، وخاصة عبر الجمارك والحدود ، وتلتزم في ذلك

بتطوير وتعزيز إجراءات المراقبة وتأمين الحدود والمنافذ الشرعية لمنع حالات التسلل أو الدخول بوثائق مزورة .

- التزام الدول بحماية الشخصيات والمنشآت الحيوية ووسائل النقل العام ، والبعثات الدبلوماسية .

- إنشاء قاعدة بيانات لجمع وتحليل البيانات الخاصة بالإرهاب والإرهابيين ، وتحديث هذه القاعدة باستمرار في إطار التعاون والتنسيق العربي والمحلي .

- تعزيز أجهزة الإعلام الأمني على المستويين المحلي والعربي لكشف أهداف الجماعات والتنظيمات الإرهابية وإحباط مخططاتها وبيان مدى خطورتها على أمن المجتمع وكيانه الاقتصادي ، والاجتماعي ، والسياسي .

- التزام الدول العربية بمنع ومكافحة الجرائم الإرهابية طبقاً للقوانين الداخلية لكل منها ، والعمل على الحيلولة دون اتخاذ أراضيها مسرحاً لتخطيط أو تنفيذ الجرائم الإرهابية ، أو الشروع فيها بأي شكل من الأشكال بما في ذلك العمل على منع تسلل العناصر الإرهابية إليها ، أو إقامتها على أراضيها فرادى أو جماعات .

- تبادل المعلومات حول أنشطة وجرائم الجماعات الإرهابية وقيادتها وعناصرها والمساعدة في القبض على المتهمين في الجرائم الإرهابية أو الشروع أو الاشتراك فيها سواء بالمساعدة أو الاتفاق أو التحريض .

- تتعهد الدولة الموقعة على الاتفاقية بتسليم المتهمين أو المحكوم عليهم في الجرائم الإرهابية إلى الدول الطالبة ، وتقديم كل مساعدة ممكنة في هذا الشأن .

- حماية الخبراء والشهود ، وذلك باتخاذ كافة الإجراءات اللازمة لحمايتهم من أية علانية تؤدي إلى تعريضهم للخطر الناتج عن الإدلاء بالشهادة أو تقديم الخبرة .

❖ **الأسباب .... وعوامل الظهور :**[1]

ويعد الإرهاب ظاهرة معقدة ومتشابكة تشترك في بروزها في المجتمع جملة من العوامل والأسباب ، حيث تتداخل العوامل الشخصية والنفسية مع الثقافية والسياسية والاقتصادية ، لتشكل ظاهرة الإرهاب التي تحقق أهدافها بممارسة العنف والقتل ، وتحسم خلافاتها بإلغاء الآخر وإقصائه من الوجود .

ويعد الإرهاب من الظواهر الاجتماعية التي تنشأ وتترعرع في ظل عوامل نفسية واجتماعية خاصة ، وتحت ظروف سياسية واقتصادية وثقافية معينة ، وتشترك جميع هذه العوامل والظروف بشكل أو بآخر ، في إنتاج ظاهرة الإرهاب في الواقع الاجتماعي ، ومن ثم ، فإن أية معالجة جادة لهذه الظاهرة ، تتطلب معرفة دقيقة بهذه العوامل والظروف التي تساعد على وجود هذه الظاهرة ، ودراستها .

وقد حددت اللجنة الخاصة للإرهاب الدولي التابعة للجمعية العامة للأمم المتحدة في ١٠ / ١ / ١٤٠٠ هـ (٢٩ / ١١ /١٩٧٩ م) أسباباً سياسية واقتصادية واجتماعية للإرهاب تتلخص في " **سيطرة دولة على دولة أخرى ، واستخدام القوة ضد الدول الضعيفة ، وممارسة القمع والعنف والتهجير ، وعدم التوازن في النظام الاقتصادي العالمي والاستغلال الأجنبي للموارد الطبيعية للدول النامية ، وانتهاك حقوق الإنسان السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بالتعذيب أو السجن أو الانتقام، والجوع والحرمان والبؤس والجهل ، وتجاهل معاناة شعب ما يتعرض للاضطهاد ، وتدمير البيئة** " .

قد يرجع ارتباط الشخص بالجماعات وانضمامه إليها ، واستجابته لاتجاهاتها المذهبية المتطرفة إلى أنه قد وجد لنفسه بداخل هذه الجماعات المتطرفة مكانة متميزة لا يجدها في المجتمع الذي يعيش فيه ، خاصة إذا كان هذا المجتمع لا يحقق له الأمان الاقتصادي ، ولا يتيح له الفرصة لتحقيق طموحاته وتكون النتيجة إحساسه بالضغوط ، وتعرضه لمشاعر الفشل والإحباط ما يجعله مهيأ للاندماج في

(١) الأمن وا ياة،العدد(٢٩٨)-ربيع الأول١٤٢٨هـ .ص،٣٧ وما بعدٍ

الجماعات المتطرفة التي تمنحه الإحساس بالراحة ، والقوة ، وتحقيق المكانة المتميزة التي حرم منها .

وهناك العديد من الأسباب التي تحمل الإنسان على الوقوع في التطرف والإرهاب، أبرزها :

١- الأسباب الاقتصادية والاجتماعية :

أدت التغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي حدثت في الدول العربية في الثلاثين سنة الأخيرة ، إلى تكثيف حركة الهجرة من الريف إلى المدينة ، وانتشار الأحياء العشوائية الفقيرة في مدن بعض الدول ، وقد ضمت هذه الأحياء العشوائية نسبة عالية من المتطرفين الدينيين ، وذلك بفعل عجز بعض سكانها عن التكيف مع قيم المدينة المختلفة عن قيمهم الريفية ، وبسبب تفشي البطالة ، وخاصة بين الشباب ، كان استقطابهم من جانب جماعات التطرف أو العنف ، أو انضمامهم التطوعي إليها ، مسألة سهلة إلى حد كبير .

وتؤثر الأزمات الاقتصادية في الطبقات الدنيا في المقام الأول ، حيث تعاني بشدة من تدهور ظروفها المعيشية بفعل انتشار البطالة وتدهور الخدمات ، وتؤدي الأزمات الاقتصادية إلى ازدياد معدل البطالة والتضخم وغلاء الأسعار ، وتنعكس آثار هذا الخلل الخطير على الشباب وتنشأ تربة صالحة للتطرف تزود الجماعات المتطرفة بأعضاء يعانون من الإحباط ويفتقدون الشعور بالأمان والأمل في المستقبل .

٢- غياب العدالة الاجتماعية :

النقص في مصادر الثروة والسلع والخدمات ، وعدم العدالة في توزيع الثروة ، والتفاوت في توزيع الدخول والخدمات والمرافق الأساسية كالتعليم ، والصحة ، والإسكان والكهرباء بين الحضر والريف ، وتكدس الأحياء العشوائية في المدن بفقراء المزارعين النازحين من القرى فضلاً عن زيادة أعداد الخريجين من المدارس والجامعات الذين لا يجدون فرص العمل ، يؤدي إلى حالة من الإحباط الفردي والسخط الجماعي .

٣- الظروف السياسية :

تدني مستوى المشاركة السياسية ، وخاصة بالنسبة للشباب من مختلف الطبقات ، في اتخاذ القرارات التي تمس حياة المواطن بما في ذلك الحياة اليومية ، سواء داخل الأسرة أو المدرسة ، أو الحي السكني ، أو العمل ، أو عن طريق العضوية الفعالة والنشيطة في التنظيمات الشعبية والرسمية . فشباب اليوم بعيد عن الممارسة السياسية بمعناها الواسع التي تنمي لديه القدرة على إبداء الرأي والحوار حول مسائل عامة أو اجتماعية ، والتي تعوده على تقبل الرأي الآخر بعد تحليله ونقده والتنازل عن رأيه إذا اقتنع بغيره .

٤- تضييق دائرة الشورى والديمقراطية أو انعدامها :

لم تأخذ غالبية نظم الحكم في البلاد العربية بمبدأ الشورى والديمقراطية على الرغم من مضي عدة عقود من السنين على إقامة نموذج الدولة الحديثة فيها . وتعد التجربة الديمقراطية في غالبية الدول العربية تجربة جديدة وهشة . وربما تكون شكلية ، ولعل أهم الأطر الديمقراطية وأبرزها فتح قنوات قانونية للحوار والتعبير عن الرأي والفكر .

٥- أزمة التعليم ومؤسساته :

تعتمد نظم التعليم في معظم الأقطار العربية على التلقين والتكرار والحفظ ، وعلى حشو ذهن الطالب طوال مختلف المراحل الدراسية بمعلومات ، دون إعمال للعقل ودون تحليل أو نقد ، ومثل هذه النظم تفرز طالباً يتقبل بسهولة كل ما تمليه عليه سلطة المعلم دون نقاش ، وبذلك يصبح من السهل جداً على مثل هذا الطالب أن يتقبل كل ما تمليه عليه سلطة أمير الجماعة ، دون تحليل أو نقد أو معارضة ، ويكون عرضة للانخراط في أية جماعة أياً كان توجهها ، حيث يتم تلقين الفكر وتقبله ، دون تحليل ، ويسهل الانقياد بفعل إبطال عمل العقل .

٦- الفراغ الفكري والفهم الخاطئ للدين :

إن الفهم الخاطئ للدين ومبادئه وأحكامه ، والإحباط الذي يلقاه الشباب نتيجة افتقارهم إلى المثل العليا التي يؤمنون بها في سلوك المجتمع أو سياسة الحكم ،

والفراغ الديني يعطي الفرصة للجماعات المتطرفة لشغل هذا الفراغ بالأفكار التي يروجون لها ويعتنقونها ، كما أن غياب الحوار المفتوح من قبل علماء الدين لكل الأفكار المتطرفة ، ومناقشة الجوانب التي تؤدي إلى التطرف في الرأي يرسخ الفكر المتطرف لدى الشباب .

ومن جهة أخرى نرى أن الكثير من دعاة العنف والتطرف والتزمت يفتقدون منهجية الحوار ، ويرفضون الدخول في محاورة الآخرين حول معتقداتهم وأفكارهم مما يدفعهم إلى العمل السري .

٧- التشدد والغلو في الدين :

قد يفضي الفهم الخاطئ للدين ولغاياته ومقاصده إلى الجنوح للغلو والتشدد في الدين ، كما أن هناك عدة عوامل تؤدي إلى إحداث ردود أفعال عند الشباب ، وتدفع بهم إلى التشدد والغلو ، منها استفزاز المشاعر الدينية من خلال تسفيه القيم أو الأخلاق أو المعتقدات أو الشعائر ، بالقول أو الفعل ، واتهام المراكز التربوية الإسلامية والمدارس القرآنية ، ومناهج التعليم ومنابر الدعوة كلها بالانحراف ، والتنفير من الدين وتشويه أهله ، وإظهار شيوخ المسلمين وعلماء الإسلام بصورة ساخرة منفرة ، فإن هذا كله يسبب التطرف والغليان خاصة في نفوس الشباب الذين يقرؤون ويسمعون الاتهامات الكاذبة توجه إليهم وإلى مؤسساتهم ، ولا يملكون إلا الاحتقان والانفعال ، ولا تتاح لهم فرصة للرد .

ويتبع الإعلام الغربي سياسة تبعد عن العدل والإنصاف ، عندما يتهم مناهجنا وثقافتنا الإسلامية ويعيبها بأنها ترسخ في أبنائنا كراهية الآخر ، ومناصبته العداء، في الوقت الذي لا يسلط فيه الضوء على نظرة الغرب إلى المسلمين ودينهم في الثقافة والمناهج الدراسية الغربية .

٨- الممارسات الاستعمارية الصهيونية في فلسطين :

من الأسباب الرئيسية في تغذية التطرف الديني والإرهاب في البلاد العربية هو الممارسات الاستعمارية الاستيطانية الصهيونية في فلسطين المحتلة وما جاورها ، وهي تؤثر بشكل مباشر في ملايين من العرب الواقعين تحت الاحتلال الإسرائيلي في

فلسطين والجولان السورية والاحتلال الأمريكي في العراق ، ومن ثم في بقية العرب في مختلف البلاد العربية .

إن مشاعر الإحباط واليأس عند الكثير من المسلمين وخاصة الشباب المليء بالفوران والغليان ، الذي لا يرضى بالذل والهوان ، وهو يرى كل يوم الإرهاب الأمريكي وتسلطه على العالم الإسلامي دون احترام لأنظمة عالمية ، ولقرارات دولية ، ويرى كل يوم الإرهاب الصهيوني وإذلاله وقتله للشعب الفلسطيني دون أن يكون هناك ردود أفعال جادة من الحكومات العربية .

كل هذه الأسباب وغيرها هي واقع يعيشه المسلم، في الوقت الذي لا يدري فيه ماذا يفعل، فهو بين عجز وقهر، وهكذا يتحول الغليان عنده إلى غلو وتطرف ، مما يجعله يبحث عن حلول عاجلة وسريعة لتغيير واقع الأمة .

إن التمادي في سياسات الاستبداد والطغيان ، وغياب التوازن والعدل ، هو الذي يدفع الفلسطيني لتفجير نفسه ، وإذا كنا لا نجوّز قتل المدنيين إلا أننا ندرك أن غياب العدالة والاعتداء على سيادة الناس واستقلالهم ، وتدمير منازلهم وتجريف مزارعهم ، والعدوان على مساجدهم وكنائسهم هو الدافع الرئيس لهذا النوع من العمل اليائس .

المطلب الثاني :السياحة والاستقرار السياسي

إن الاستقرار السياسي أحد المتطلبات المسبقة الرئيسية لجذب السياحة الدولية إلى الأماكن السياحية. إن الاحتجاجات العنيفة، والحرب المدنية، والأعمال الإرهابية، والانتهاكات المتصورة لحقوق الإنسان، أو حتى مجرد التهديد بهذه النشاطات، ستؤدي إلى قيام السائحين بإلغاء إجازاتهم.

ويناقش هذا المبحث العلاقة بين السياحة والاستقرار السياسي، مع التركيز بصفة خاصة على أثار العنف السياسي والإرهاب والحرب في سلوك السائح والتنمية السياحية. ويعرض الكيفية التي تؤدي فيها الحرب والانقلابات والثورات لا إلى

تدمير البنية التحتية للسياحة فحسب ، بل يؤدي أيضاً إلى تدمير المكان السياحي على المدى البعيد ، حتى إذا كانت الحروب والانقلابات والثورات ذات طابع سلمي.

وتتأثر السياحة بالإرهاب بطريقتين هما :

١- يمكن للنشاطات الإرهابية أن تدمر الصناعة السياحية في مكان أو في دولة ما بخلق صورة عن قصور الأمن .

٢- يمكن أن يكون السائحون أو المنشآت السياحية مثل مطارات الوصول أو الطائرات موضعاً للهجوم. إذ تعد المنشآت السياحية (المطاعم، الفنادق، ملاهي، ....) أهدافاً منطقية للعنف الإرهابي. لأنها تتيح الفرصة والأمن النسبي للإرهابي لكي يقوم بمهمته .

وقد يكون السائحون والمرافق السياحية مستهدفين من جانب المنظمات الإرهابية التي تحاول تحقيق أهداف أيديولوجية وتكتيكية وإستراتيجية. حيث تنهار السياحة عندما تبدو الظروف السياسية غير مستقرة .

الاستقرار السياسي:

إن الاستقرار السياسي شرط جوهري ومسبق لإقامة صناعة ناجحة للسياحة . وكما يقول ريخترو ووج(١٩٨٦ ،ص٢٣١) " قد تنهار السياحة تماماً عندما تبدو الظروف السياسية غير مستقرة. ويختار السائحون ببساطة أماكن بديلة. ولسوء الحظ فإن كثيراً من القيادات والمخططين الوطنيين إما أنهم لا يدركون أو لا يقرون الحقيقة القائلة بأن الهدوء السياسي، وليس جاذبية المناظر أو الجاذبيات الثقافية، هي التي تشكل المتطلب السابق الجوهري للسياحة".

كما أن الاستقرار السياسي ليس مهماً فقط لتطوير البنية التحتية المطلوب للسياحة ولكنه مهم أيضاً بسبب الدور الرئيسي الذي تلعبه الصور في التسويق والترويج السياحي . ومع التسليم بأن مطلب العديد من السائحين هو الشعور بالأمن عندما يزورون مكاناً ما ، فإن التصورات عن أمن السائح تصبح أمراً حيوياً في جذب المسافرين الدوليين والمحليين.

وقد يتخذ العنف السياسي عدة أشكال. ويميز لى وسمول(١٩٨٨) خمسة أبعاد مختلفة للعنف السياسي والسياحة الدولية:

الحروب، والانقلابات ،والإرهاب، والقلاقل، والإضرابات.

وتعد الحرب أمراً مأساوياً بالنسبة إلى السياحة . وبالتالي فإن النشاط العسكري يمكن أن يدمر البنية التحتية أيضاً.وعلى سبيل المثال ففي الشرق الأوسط ، الحرب الأهلية ،(العراق ولبنان...) هذه الحروب أدت إلى إلحاق الضرر الكبير بصناعة السياحة التي كانت مزدهرة في تلك البلدان. وكذا دمر الصراع العرقي بين الصرب والكروات والمسلمين معظم البنية التحتية السياحية، الجاذبيات كموقع سياحي في يوغسلافيا السابقة.

ولا شك في أن العنف السياسي قد يبقى لمدة قصيرة ولكن انعكاساته طويلة المدى على السياحة قد تدوم لعدة سنوات، لأنه لا يؤثر في الثقة لدى السائحين فحسب، بل يؤثر أيضاً في الثقة لدى المستثمرين المحتملين في صناعة السياحة. ففي سوق السياحة العالمية التي تتسم بالتنافسية الشديدة ، تصبح إمكانية تغيير المكان السياحي كبيرة.

إن تدمير صورة موقع ما لدى السائح قد يحتاج إلى فترة طويلة للتغلب عليه، أو قد يحتاج إلى تغطية إعلامية مناسبة حتى يمكن إزالته بشكل سريع نسبياً.

ومن جهة أخرى نلاحظ أن عدم الاستقرار السياسي (العنف السياسي) له أثار على الاقتصاد المحلي وعلى العمالة في وقت تعد فيه البلد في حاجة ماسة للعملات الأجنبية وفوائد التنمية الاقتصادية الناتجة عن السياحة . كما أن عدم الاستقرار السياسي يؤثر في التنمية السياحية عن طريق انخفاض مرجح في الاستثمار المحلي والأجنبي في مجال البنية التحتية السياحية، وعن طريق زيادة تكاليف تأمين هذه الاستثمارات وانخفاض حركة السياحة الدولية على سبيل المثال منطقة الشرق الأوسط بسبب الحروب والصراعات المتعددة مثل الصراع العربي- الإسرائيلي – الحرب الخليجية الأولى والثانية – أحدث ١١ أيلول ٢٠٠٢ – العدوان الأمريكي – البريطاني على العراق ٢٠٠٣ – العدوان الأمريكي – الإسرائيلي على لبنان ٢٠٠٦..........

ومن نتائجه :

١- تدمير البنية التحتية السياحية مادياً وبشرياً......

٢- تدمير صورة المكان السياحي على المدى البعيد ، زعزعة الثقة لدى السائحين ، ولدى المستثمرين المحتملين في صناعة السياحة .

٣- وزيادة التلوث البيئي بكافة أشكاله وأنواعه (الدمار البيئي الكامل.....)

٤- تدمير الثقافة الاجتماعية البيئية..

ومن أجل إعطاء صورة أوضح عن أثر الأمن في العائدات السياحية الخارجية لبعض البلدان العربية المختارة إليك الجدول الآتي رقم (١) الأرقام بملاين الدولارات الأمريكية:

	١٩٩٧	١٩٩٨	١٩٩٩	٢٠٠٠	٢٠٠١
لبنان	١٠٠٠	١٢٢١	٦٧٣	٧٤٢	٨٣٧
مصر	٣٧٢٧	٢٥٦٥	٣٩٠٣	٤٣٤٥	٣٨٠٠
المغرب	١٤٤٩	١٧١٢	١٨٨٠	٢٠٤٠	٢٥٢٦
تونس	١٣٦١	١٥٥٧	١٥٦٠	١٤٩٦	١٦٠٥
الإمارات	٨١٤	٨٥٩	٨٩٣	١٠١٢	١٠٦٤
اليمن	٧٠	٨٤	٦١	٧٦	٣٨
المجموع	٨٤٢١	٧٩٩٨	٨٩٧٠	٩٧١١	٩٨٧٠

المصدر:

- World Tourism Organization ، yearbook of tourism ststistic،2003 edition

- World Tourism Organization ، Compendium of tourism ststistic،2003 edition

من الجدول أعلاه نلاحظ ما يلي:

١- الإمارات العربية المتحدة والمغرب هما البلدان العربيان الوحيدان اللذان شهدا تحسناً مستمراً في عائداتهما السياحية خلال السلسلة الزمنية الممتدة من عام(١٩٩٧) حتى عام(٢٠٠١) ، الأمر الذي يمكن تفسيره بالاستقرار الأمني الذي ساد في هذين البلدين خلال الفترات الزمنية المدروسة.وأيضاً تونس كما الإمارات والمغرب شهدت تحسناً في عائداتها السياحية.

٢- لبنان ومصر واليمن هي أكثر البلدان العربية المدروسة تذبذباً في عائداتها السياحية الخارجية التي يلاحظ تراجعها في بعض الأعوام وازديادها في الأعوام الأخرى. ويعود أسباب التذبذب بالدرجة الأولى إلى ما شهدته هذه البلدان من عدم الاستقرار الأمني الناجم عن الاعتداءات الإسرائيلية (كما في حالة لبنان)، أو أحداث العنف والإرهاب(كما في حالة مصر أثر حادثة مقتل السياح الأجانب بمدينة الأقصر في نوفمبر ١٩٩٧ واليمن أثر أحداث العنف والتفجيرات التي شهدها وبخاصة حادثة المدمرة الأمريكية كول في أكتوبر٢٠٠٠).

وأخيراً يجب الاعتراف أن السمة العالمي للسياحة تجعلها خاضعة بشكل متزايد لتأثيرات عدم الاستقرار السياحي والعنف السياسي.ولذلك يحتاج مخططو السياحة إلى الالتفات بدرجة أكبر للسياق السياسي الذي تحدث في إطار التنمية السياحية، ويحتاجون أيضاً إلى وضع سياسات خاصة بالمناطق المحتمل تعرضها للعنف السياسي. ولا ريب في أنه من المستحيل عزل السياحة كلية عن تأثيرات عدم الاستقرار السياسي. بيد أنه يمكن بقدر الإمكان المبادرة باتخاذ إجراءات لضمان أن تكون البيئة السياسية عموماً ملائمة للتنمية السياحية.

فا السياحة صناعة حساسة للأزمات الدولية والإقليمية من حروب وصراعات وأعمال عنف وإرهاب مثلما هي حساسة للجريمة والفساد والأمراض الفتاكة وغيرها من عناصر الأمن الداخلي التي يمكن أن تتحول إلى قوة طاردة للسياحة في حال استفحالها وجاذبة لها في حال السيطرة عليها، فمناخ الأمن والأمان للسائح يعد عنصر الجذب الأول لهذه الصناعة، كما أنه يعتبر عماداً رئيسياً لتعزيز الإمكانات السياحية، وبالتالي زيادة الدخل الوطني.

هكذا كلما يعم البلد الأمان والنظام كلما ازدهرت السياحة وارتقت الشعوب وأتيح لها الالتقاء والتقارب والتفاهم بدل العزلة وسوء الفهم والتنافر والتناحر. لأن السياحة لا تنتعش ولا يقبل الناس على السفر إلى بلد تنعدم فيه مقومات الأمن . "**أي أن الأمن بكل أشكاله الداخلية والخارجية بمثابة رئة السياحة التي يستحيل عليها** دونه أن تكون لدينا الصناعة المأمولة خاصة في بلداننا العربية السياحية."

المطلب الثالث: الانعكاسات السلبية للإرهاب على النشاط السياحي :[1]

مما لا شك فيه أن الأعمال الإرهابية وما ينجم عنها من خسائر بشرية ومادية وإثارة للفزع والرعب لا يقتصر أثرها فقط على محل وقوعها بل يمتد إلى كافة الأرجاء محلياً وإقليمياً ودولياً بفضل ما أتاحته الفضائيات في عصر الثورة التكنولوجية من سرعة نقل كافة الأحداث والوقائع التي تحدث بأية بقعة من بقاع الأرض .

نقول أن هذه الأعمال ينجم عنها الكثير من الانعكاسات السلبية التي تصيب الكثير من الأنشطة والتي من بينها بالقطع النشاط السياحي ، بل يمكن القول بأن هذا النشاط السياحي يكون أكثر تأثراً دون غيره بهذه الانعكاسات نظراً لطبيعة الفئات التي يتعامل معها سواء كانوا السائحين الذين يرغبون في التمتع والاستفادة من أوقات سفرهم وإقامتهم دون وجود ما يعكر صفوهم أو يشكل خطراً على أمنهم وسلامتهم أو كانوا من رجال الأعمال الذين يستثمرون أموالهم في المشروعات السياحية والتي يلحق بها أشد الضرر في حالة وقوع أية أعمال إرهابية الأمر الذي يلحق بهم خسائر مادية جسيمة مفاجئة وغير متوقعة .

---

(١) العميد . صلاح الدين عبد ا ميد عبد ا طلب،الإرهاب والنشاط السياحي ،مركز وث شرطة الشارقة،ص١٥١ومابعد.

وفي ضوء ذلك سوف نتناول في هذا المطلب بيان الانعكاسات السلبية للأعمال الإرهابية على الأمور أو النواحي ذات العلاقة بالنشاط السياحي وذلك على النحو التالي:

أولاً- أثر الإرهاب على المقومات البشرية للنشاط السياحي .

ثانياً- أثر الإرهاب على البنية الأساسية للنشاط السياحي .

ثالثاً- أثر الإرهاب على العائد المادي من النشاط السياحي .

رابعاً- أثر الإرهاب على الاستثمار في النشاط السياحي .

خامساً- أثر الإرهاب على الصناعات المغذية للنشاط السياحي .

أولاً: أثر الإرهاب على المقومات البشرية للنشاط السياحي :

إن المقومات البشرية للنشاط السياحي تتمثل في السائح ورجال الأعمال أو أصحاب رؤوس الأموال المستثمرة في هذا المجال وأخيراً العاملين بكافة الخدمات ذات الصلة بهذا النشاط أو بالصناعات المغذية له .

وسوف نوضح أثر الإرهاب على كل منها على النحو التالي :

- **بالنسبة للسائح :**

عند وقوع حادث إرهابي أو توقع حدوثه بمنطقة ما من العالم تتأثر الحركة السياحية للسائح وتتعرض حياته للخطر بدرجة كبيرة على النحو التالي :

١- يسارع السائح سواء كان بمفرده أو بصحبة أسرته إلى مغادرة الموقع السياحي الذي قصده عائداً إلى دولته ، كما تقوم الشركات السياحية العاملة في مجال النشاط السياحي بإلغاء تعاقداتها وبرامجها السياحية إلى المناطق المشمولة بخطر الإرهاب وإلى إيقاف سفر أفواجها السياحية إلى هذه المناطق بل يمتد ذلك ليشمل المناطق الأخرى المجاورة لها خوفاً من امتداد الأعمال الإرهابية أو آثارها إليها . كما تسارع هذه الشركات بإجلاء سائحيها من هذه المناطق .

٢- لا يتوقف الأمر عند هذا الحد فقط بل يقوم السائح بالامتناع عن السفر إلى المناطق التي يخشى فيها تعرضه للخطر، أو مغادرتها إذا كان موجوداً فيها حتى ولو وقع العمل الإرهابي بمنطقة أخرى بعيدة تماماً عن موقع وجوده، وبصفة خاصة إذا

اتضح من هذا العمل أنه قد يكون مقدمة لأعمال إرهابية أخرى ومثال ذلك [1] ما قامت به مجموعة من السائحين الذين ينتمون إلى دول غربية بإجلاء رحلاتهم إلى إحدى الدول العربية ذات الشهرة والمكانة السياحية بعد الهجمات العالمية التي ضربت الولايات المتحدة الأمريكية في الحادي عشر من أيلول ٢٠٠١ م .

٣- أوضحت العمليات الإرهابية التي وقعت في العقود الأخيرة تعرض السائحين لمخاطر كبيرة من جراء هذه العمليات ومثال ذلك ما يلي :

- **التعرض للقتل أو الإصابة** : لعل أبشع الصور التي تعرض لها السائحون ما حدث بتاريخ ١٨ / ١١ / ١٩٩٧ بجمهورية مصر العربية على أثر قيام مجموعة إرهابية بمهاجمة مجموعات سياحية أثناء تواجدها في معبد الملكة حتشبسوت واحتجازهم ثم القيام عقب قتلهم بالتمثيل بجثثهم بأساليب إرهابية تتسم بالوحشية والعنف الإرهابي اللامحدود . وقد أسفرت هذه العملية عن مقتل ٦٢ سائحاً أجنبياً ينتمون إلى عدة دول [٢].

وكذلك ما أدت إليه أعمال التفجيرات التي وقعت بفندق طابا بجمهورية مصر العربية من قتل حوالي ٢٦ سائحاً وإصابة حوالي ١٢٠ آخرين . وذلك مساء الخميس ٢٠٠٤/١٠/٧ حوالي الساعة ١٠ م ، وتعد هذه التفجيرات هي الأكبر من ناحية استهدافها للسائحين في مصر عقب الهجوم على المجموعات السياحية والذي تم بالأقصر عام ١٩٩٧ والمشار إليه سابقاً [٣] .

- **التعرض للخطف** : وهو ما وقع مرات عديدة وبصفة خاصة باليمن حيث استشرى هذا الأمر خلال أعوام ١٩٩٥ ، ١٩٩٦ ، ١٩٩٧ حيث كان يتم اختطاف السائحين في المناطق القريبة من العاصمة صنعاء أو البعيدة عنها وقد تجاوزت حوادث الاختطاف أكثر من عشر حالات الغالبية منها لجنسيات أوروبية[٤] .

---

1 WWW. Index – Com . Jolar Newe center .

(٢) باكر ا سفر ـ الأمن السياحي ـ ث منشور ، ا ركز العر للدراسات الأمنية والتدريب (مكافحة جرائم السياحة) ـ الرياض ـ ١٩٩٢ ـ ص١١٤ .

3 WWW. Albayan . co . ae / 2003 .

4 WWW. Al – watan – con / data .

وأيضاً يتعرض السائحون لأعمال الاختطاف من قبل الجماعات الإرهابية أثناء قيامهم برحلاتهم الجوية ومنها على سبيل المثال ما وقع لطائرة من طراز (TWA) والتي تم اختطافها عقب إقلاعها من مطار أثينا عام ١٩٨٥ م وهو ما أدى إلى ابتعاد الكثير من السائحين عن التوجه إلى أثينا [١] .

٤- لسوء الحظ أيضاً فإن الأعمال الإرهابية ليست وحدها هي التي تؤدي إلى تعرض السائحين للخطر أو شعورهم بالخوف ومن ثم امتناعهم عن القيام برحلاتهم السياحية مما يؤدي إلى الإضرار بالحركة السياحية بل إن الاجراءات المبالغ بها ضد الإرهاب أو بمعنى آخر عمليات الملاحقة الأمنية والتي تتسم بالكثافة العددية واتخاذ تدابير أمنية تتسم في غالبية الأمر بالعنف والشدة بغية التفتيش والقبض على مرتكبي هذه الأعمال تؤدي أيضاً إلى حدوث الخوف والذعر لدى السائحين وعزوفهم عن مواصلة رحلاتهم السياحية أو عدم التوجه إلى المناطق التي تتم بها عمليات الملاحقة الأمنية .

ومثال ذلك ما شهده منتجع (لامو) الكيني المطل على المحيط الهندي والذي كان يعج بالسائحين للاستمتاع بشمسه الدافئة وأزقته التاريخية حين قامت السلطات الكينية بالتوجه إليه للبحث عن أحد الإرهابيين الذي قيل أنه مختبئ به بعد القيام بتفجير فندق سياحي قرب منتجع مومباسا الكيني الساحلي الرئيسي عام ٢٠٠٢ وهو ما أصاب السائحين بالخوف الأمر الذي أدى إلى القول بأن السياحة الكينية أصبحت ضحية للحرب ضد الإرهاب .

كما قامت كل من أمريكا وبريطانيا واستراليا بتحذير مواطنيها لعدم السفر إلى هناك مما أدى إلى هجرة السائحين لها بالرغم من أن لامو كانت فيما مضى مكاناً مفضلاً للسائحين خاصة من استراليا أما بعد ذلك فقد أصبح عدد السائحين قليلاً جداً بسبب كل تلك الأمور [٢] .

---

(١) جريدة ا لميج ، العدد ٩٣٦١ ، الثلاثاء ٢٠٠٥/١/٤ ، ص١٢ .

(٢) جريدة ا لميج ، ا لملحق الاقتصادي ، العدد ٩٣٤٥ ، الأحد ٢٠٠٤/١٢/١٩ م .

٥- ومما يدل على التأثير السلبي المباشر للعمليات الإرهابية على عدد السائحين ما أشارت إليه إحدى الصحف[1] من تضاعف عدد السائحين بمصر إلى ٨ ملايين سائح في عام ٢٠٠٤ م بزيادة ٣٢ ٪ عن عام ٢٠٠٣ م عندما زار البلاد ٦،٠٤ مليون سائح وذلك عقب زوال آثار الأحداث الإرهابية التي وقعت بالولايات المتحدة في الحادي عشر من أيلول عام ٢٠٠١ م والتي أدت إلى حدوث انخفاض كبير في عدد السائحين القادمين منها أو من الدول الأوروبية إلى المنطقة العربية خشية التعرض لأعمال إرهابية مماثلة .

ولقد أدت العملية الإرهابية والتي استهدفت رئيس الوزراء اللبناني الأسبق رفيق الحريري إلى إحداث تأثير كبير على حركة السياحة بلبنان إذ أشار بعض مسؤولي الفنادق بها إلى تراجع الحجوزات الأوروبية . وإن نسبة الإشغال بحوالي تسعة فنادق ذات الخمس نجوم والتي تضم فيما بينها نحو ١٥٠٠ غرفة قد تراجعت إلى ٢٤ ٪ من نحو ٨٠ ٪ يوم اغتيال رئيس الوزراء الحريري كما أشارت بعض التصريحات للعاملين بمجال السياحة إلى حدوث إلغاءات بالنسبة للاتفاقات السياحية المسبقة وبدرجة كبيرة . وأن حجوزات الأوروبيين والعرب قد تراجعت إلى الثلث منذ الانفجار كما أن بعض شركات الطيران الأوروبية أخذت في خفض عدد رحلاتها في ضوء انخفاض أعداد السائحين المتجهين إلى لبنان بعد إلغاء حجوزاتهم.

- **بالنسبة لرجال الأعمال وأصحاب رؤوس الأموال :**

يعد النشاط السياحي من الأنشطة الاقتصادية التي تحقق عائداً مالياً كبيراً لرجال الأعمال وأصحاب رؤوس الأموال الذين يقومون باستثمار أموالهم في مجالاته المختلفة وذلك بالنظر إلى التكلفة المادية المطلوبة لتوفير متطلباته مقارنة بما يحققه هذا النشاط من مكاسب مادية .

ومن المعروف أن النشاط السياحي يعد جاذباً لرجال الأعمال والمستثمرين الذين قام العديد منهم على سبيل المثال في مصر بإقامة العديد من القرى والمنشآت

---

(١) ٦ / ١ / ٢٠٠٣ م IK/ahram . org . eg .

السياحية بالساحل الشمالي وبالمناطق السياحية بالغردقة وشرم الشيخ وغيرها بمنطقة سيناء وذلك بهدف استثمار أموالهم وتحقيق الربح المادي من وراء ذلك .

ومما لا شك فيه أن وقوع الأحداث الإرهابية سواء المحلية أو على المستوى الإقليمي أو الدولي سينعكس بالسلب على قطاع السياحة وذوي العلاقة به ومن بينهم رجال الأعمال وأصحاب رؤوس الأموال والذين يتخوفون من الآثار السلبية الناجمة عن هذه الأحداث وتداعياتها المختلفة والتي تؤدي إلى تعرض أموالهم ومشروعاتهم السياحية لمخطر جسيمة مما يدفعهم إلى ترك هذا النشاط والتوجه إلى أنشطة أخرى أكثر أمناً وربحية أو التوقف عن المشاركة في هذا النشاط سواء بصفة دائمة أو لفترات زمنية يتحدد مقدارها في ضوء المخاطر والمهددات التي تشكلها الأحداث الإرهابية .

- **العاملون بمواقع النشاط السياحي والصناعات المغذية والمرتبطة به :**

مما لا شك فيه أن العاملين بكافة المنشآت السياحية كالفنادق والقرى والمنتجعات السياحية وكذلك أيضاً في مجال الإرشاد السياحي وغيرها يتمتعون بالكثير من المزايا في حالات الازدهار والانتعاش التي يشهدها القطاع السياحي كأثر مباشر لزيادة أعداد السائحين ومن ثم زيادة الدخل المادي العائد للمنشأة مما يؤدي إلى تحقق الاستقرار الوظيفي لديهم والذي ينعكس بالإيجاب على استقرارهم المادي والعائلي .

وكذلك أيضاً يحقق العاملون في الصناعات المختلفة المغذية للنشاط السياحي ومثال ذلك العاملون بشركات النقل الجوي والبري وشركات الأغذية والمشروبات والبناء والتشييد وصناعة التحف والقطع الفنية والأثرية المقلدة وغيرها الكثير . كل هؤلاء يعود انتعاش النشاط السياحي واستقراره عليهم بالكثير من الأرباح والفوائد المختلفة .

إلا أن الأحداث الإرهابية وبما تخلفه وراءها من الذعر والخوف وما تؤدي إليه من انخفاض أو توقف مفاجئ للأفواج السياحية للاماكن التي شملتها هذه الأحداث أو يحتمل تعرضها لأعمال عنف إرهابي في ظل الأوضاع السائدة سواء محلياً أو

إقليمياً أو دولياً . ينجم عنها تعرض هؤلاء العاملين لمخاطر جسيمة ومنها على سبيل المثال فقدان العمل نتيجة لاستغناء قطاع السياحة وأنشطته المختلفة أو الصناعات المغذية له بالموقع الذي ضربته الأحداث الإرهابية عن عدد كبير من العاملين به في ضوء الخسائر المادية التي تعرض لها أو لعدم حاجته لهذا الكم الهائل من العمالة نظراً لتقلص الحركة السياحية وانخفاض العائد المادي من النشاط السياحي .

وأيضاً قد يتعرض هؤلاء العاملون إلى تقليل رواتبهم أو انقطاع الحوافز والمزايا المادية الأخرى والتي كانوا يحصلون عليها في ظل الأوضاع المعتادة والمطمئنة ورواج النشاط السياحي وهو الأمر الذي يؤدي إلى تعرضهم وأسرهم لكثير من المصاعب المادية وخاصة في ظل ظروف الغلاء المعيشي السائد بكافة الدول الآن .

ولقد أشارت إحدى الجهات [1] إلى أن رد الفعل المتوقع داخل القطاع السياحي نتيجة لوقوع الأعمال الإرهابية أو توقع حدوثها يتمثل في إحدى جوانبه المتعددة في انخفاض عدد العاملين بهذا القطاع وأيضاً في مقدار الطلب على العمالة اللازمة لإنجاز مهامه وأنشطته المختلفة سواء القائمة بالفعل أو المخطط لإقامتها في مرحلة مقبلة .

ثانياً : أثر الإرهاب على البنية الأساسية للنشاط السياحي :

لا شك أن أجهزة الدولة المختلفة ومؤسساتها وشركاتها العامة أو الخاصة وأيضاً الشركات السياحية ورجال الأعمال وأصحاب رؤوس الأموال القائمين عليها كل هؤلاء يقومون ببذل الكثير من الجهد والمال للحفاظ على سلامة المنشآت السياحية وصيانتها ولتوفير أماكن الإقامة المختلفة للسائحين وإمدادها بكافة متطلباتها وأيضاً توفير كل سبل الراحة بوسائل النقل المختلفة لجذب السائحين إلى استخدامها ولكونها تعد الوسيلة الرئيسية في التنقل بهذا النشاط .

---

(١) مد كامل مرسي ، أمن ا تاحف ، ث منشور بإصدار ا ركز العـ ر للدراسـات الأمنيـة والتـدريب ، (مكافحة جرائم السياحة) ، الرياض ، ١٩٩٢ ، ص١٠٩ .

ونتيجة لقفزات الإرهاب المتصاعدة كالمرض الخبيث الذي ينتقل من بلد لآخر ومن قارة لأخرى أدت الأعمال الإرهابية التي شهدها العالم وبصفة خاصة في العقود الثلاث الماضية والتي استهدف البعض منها مقومات هذه البنية مثل أماكن إقامة السائحين أو وسائل النقل المستخدمة بالنشاط السياحي، إلى تعريضها لمخاطر عدة تمثلت فيما يلي :

١- تعريض المنشآت السياحية لخطر التدمير أو إتلاف :

فمن المعروف أن الجهات الإرهابية تسعى إلى اختيار المنشآت أو المواقع التي تحقق لها أكبر قدر من الدعاية والإعلان عن أنشطتها وهو الأمر الذي يتوافر بدرجة كبيرة في مجال النشاط السياحي بكافة أبنيته مما يجعلها محط اهتمام وأنظار هذه الجماعات التي قد تقوم بالتخطيط لتنفيذ إحدى عملياتها الإرهابية [١] بإحدى المواقع الأثرية أو المتاحف أو المباني الفندقية [٢] مما يصيبها بأضرار جسيمة لا يمكن تداركها وبصفة خاصة في المواقع ذات الطابع الأثري أو المعماري الفريد .

وهو الأمر الذي كان يمكن تصوره أو حدوثه في حادث اعتداء إحدى المجموعات الإرهابية والتي قامت بالأقصر جنوب مصر في تشرين الثاني ١٩٩٧ بالاعتداء على السائحين بمعبد الملكة حتشبثوت وقتلهم جميعاً دون تدخل أو إعاقة من رجال الشرطة والذين خلا الموقع من وجودهم طوال فترة تنفيذ المخطط الإرهابي .

وكان يمكن للمجموعة الإرهابية في هذه الحالة لو أرادت أو جاء بمخيلتها أن تقوم بوضع المواد المتفجرة بالمعبد إما بغرض تدميره وإلحاق خسارة كبيرة بمصر وبالعالم أجمع من جراء تدمير أحد المواقع الأثرية التي لا يوجد مثيلها بالعالم أو لإعاقة ملاحقة القوات الشرطية لها في حالة قيامها بملاحقتها عقب انتهاء العملية الإرهابية وهو ما حدث بالفعل وهو الأمر الذي كان سيؤدي في حالة انفجار هذه المواد أو حدوث تبادل لإطلاق النيران أو إلقاء القنابل اليدوية التي وجدت بحوزة

---

(١) مدحت الشنوا ، أمن ا نشآت الفندقية ، ث منشور بإصدار ا ركز العر للدراسات الأمنية والتـدريب (مكافحة جرائم السياحية) ، الرياض ، ١٩٩٢ ، ص٢٠١ ، و ٢٠٨ و ٢١٠ .

(٢) مد فتحي عيد ، واقع الإرهاب الوطن العر ، مرجع سابق ، ص٥٤ و ٥٥ .

المجموعة الإرهابية داخل المعبد الأثري لتعرضت أبنيته وجدرانه للتلف أو التدمير الذي يصعب إصلاحه أو ترميمه وإعادته إلى ما كان عليه .

٢- استهداف المطارات وتعريضها للتدمير أو لخطر التدمير :

هناك الكثير من الحوادث الإرهابية التي قامت خلالها المجموعات الإرهابية بالاعتداء على المطارات ومثال ذلك ما يلي :

١- الهجوم باستخدام القنابل اليدوية والأسلحة الأوتوماتيكية على مطاري روما وفيينا من قبل إحدى الجماعات في ١٩٨٥ م .

٢- قيام منظمة الجيش الأحمر الياباني بالهجوم على مطار اللد الإسرائيلي عام ١٩٧٢ م .

٣- الغارة الإسرائيلية على مطار عنتيبي عام ١٩٧٦ م وأيضاً على مطار بيروت عام ١٩٦٨ م .

٣- تعرض الطائرات المستخدمة في مجال النقل السياحي لمخاطر عديدة:

تتمثل إما في تدميرها أو خطفها ، أو اعتراض مسارها ، وأخيراً استخدامها كأداة للقيام بتنفيذ العمليات الإرهابية والأمثلة على ذلك كثيرة نعرض منها ما يلي:

١- تفجير طائرة ليبية مدنية في أوائل السبعينات ، ضلت طريقها من ليبيا إلى مصر ودخلت المجال الجوي الإسرائيلي ولقي فيها حوالي ١٠٠ شخص مصرعهم .

٢- تفجير طائرة بان أمريكان فوق مدينة لوكربي باسكتلندا وتفجير طائرة فرنسية فوق النيجر عام ١٩٨٩ م مما نجم عنه وفاة حوالي ٤٤١ شخصاً في هذين الحادثين .

٣- بلوغ الحوادث الإرهابية لتفجير الطائرات عام ١٩٦٩ م أربع حالات زادت إلى تسع حالات عام ١٩٧٠ م إضافة إلى وقوع ٣٩ حادث تفجير خلال عقد السبعينيات والذي انخفض إلى ٢٥ حادثاً في الثمانينات [١] .

---

(١) مولاي علي العلوي ، مفهوم الأمن السياحي وأثره على الدخل الوط ، ث منشور بإصدار ا ركز العـ ر للدراسات الأمنية والتدريب (مكافحة جرائم السياحة) ، الرياض ، ١٩٩٢ ، ص١٤٧ .
WWW. a/Arab online . org / ……..

٤- استخدام الطائرات المدنية في أحداث الحادي عشر من أيلول للهجوم على مبنى وزارة الدفاع الأمريكية وبعض المباني الهامة بالولايات المتحدة الأمريكية الذي أدى إلى تدمير هذه الطائرات ومقتل جميع ركابها .

٤- إلحاق التدمير أو التخريب بالمباني الفندقية والمنتجعات السياحية أو تعريضها لهذا الأمر :

وهي التي تعد الركيزة الرئيسية في استقطاب الوفود السياحية والاستجابة لرغباتها [١] . ومثال ذلك ما حدث من جراء القيام ببعض العمليات الإرهابية والتي منها ما يلي :

١- عملية فندق أوروبا بجمهورية مصر العربية ، والتي وقعت بتاريخ ١٨ / ٤ / ١٩٩٦ وأدت إلى مقتل ١٨ سائحاً يونانياً وإصابة آخرين ، وحدوث تدمير ببعض أرجاء الفندق من جراء الحدائق التي اشتعلت به نتيجة للأفعال الإرهابية .

٢- ما أدت إليه الأعمال الإرهابية والتي وقعت مساء الخميس ٧ / ١٠ / ٢٠٠٤ الساعة ١٠ م ، من تدمير لبعض الأجزاء من فندق طابا المصري على أثر الانفجار الهائل الذي وقع به وأيضاً الخسائر المادية التي لحقت بمنتجعين سياحيين آخرين بمنطقة سيناء الأول بمنطقة رأس شيطاني ، والثاني بمخيم طبرانية بمنطقة نويبع ، وذلك نتيجة استخدام مجموعة من السيارات المفخخة ، وقد أدت هذه الأعمال أيضاً إلى وقوع عدد كبير من القتلى والجرحى[٢].

٣- ما لحق من أضرار مادية بفندق فندوم المطل على البحر ببيروت والفنادق الأخرى المجاورة له ، والموجودة بمنطقة الفنادق من جراء العملية الإرهابية التي استهدفت ركب رئيس الوزراء اللبناني الأسبق (رفيق الحريري) [٣].

٤- التدمير الشديد الذي لحق بمنتجع بالي بإندونيسيا نتيجة الهجوم الإرهابي الذي استهدفه وراح ضحيته أكثر من ٢٠٠ قتيل .

---

(١) ا ليج الاقتصادي ، العدد ٩٤٢٢ ، الأحد ٦ / ٣ / ٢٠٠٥ ، ص١٠ .

[2] WWW. Alrigadh . Com . sa / contents .

(٣) مد فتحي عيد ، واقع الإرهاب الوطن العر ، مرجع سابق ، ص٢٠ .

٥- استهداف وسائل النقل البري والبحري المخصصة لنقل السائحين ومواقع ارتكازها ومثال ذلك ما يلي :

١- العملية الإرهابية التي وقعت بتاريخ ١٨ / ٩ / ١٩٩٧ أمام المتحف المصري بميدان التحرير بالقاهرة ، والتي استهدفت أحد الأوتوبيسات السياحية المقلة لمجموعة سياحية ، مما أدى إلى إلحاق أضرار جسيمة به ومقتل ١٠ سائحين ألمان بالإضافة إلى سائق الأوتوبيس (١) .

٢- تفجير إحدى السيارات أثناء وقوفها بموقف السيارات بفندق القدس بعمان بالأردن بتاريخ ٣٠ / ٤ / ١٩٩٨ م (٢) .

٣- كما قد تطال الأعمال الإرهابية القطارات والبواخر والسفن التي تنقل السائحين .

ثالثاً: أثر الإرهاب في الدخل المادي العائد من النشاط السياحي :

يمثل النشاط السياحي اليوم جانباً هاماً وكبيراً ، إضافة إلى تأثيره الفعال في جوانب الاقتصاد القومي ، ويمكن القول بأنه يعد اليوم أحد المصادر الرئيسية للدخل القومي للكثير من البلدان من خلال إسهامه في تنمية الموارد المالية بما يجلبه من أموال تعود بالنفع على المجتمع ككل (٣) .

كما يعد النشاط السياحي عنصراً أساسياً في بناء التقدم الاقتصادي لمعظم دول العالم فضلاً عن دوره كأحد العناصر الهامة في زيادة الدخل القومي ، ودعم ميزان المدفوعات (٤) .

وبالرغم من الجهود الحثيثة المبذولة في هذا المضمار فإن الأعمال الإرهابية التي تقع ووجود المناخ الذي يبشر باحتمال وقوعها يؤدي إلى الإخلال بما نطلق عليه الأمن السياحي مما يؤثر على النشاط السياحي وحركة السياحة العالمية ، والإقليمية ،

---

(١) مولاي علي العلوي ، مرجع سابق ، ذات الصفحة .

(٢) مد مد التابعي مود ، التعاون الدو ال الأمن السياحي ، ث منشور بإصـدار ا ركـز العـر للدراسات الأمنية والتدريب (مكافحة جرائم السياحية) ، الرياض ، ١٩٩٢ ، ص٢٢٥ .

[3] WWW. Alriadh. Com . Su/contents .

[4] 6 / 1 / 2003 ik / ahram . org . eg /

والمحلية ، ويصيبها بالانكماش والانحسار مما ينجم عنه تراجعاً كبيراً في الدخل المادي الذي تحصل عليه الدول من جراء هذا النشاط .

والواقع أن كثيراً من الدول وبصفة خاصة العربية شهدت تراجعاً كبيراً في إيراداتها المالية العائدة من النشاط السياحي نتيجة لظروف الإرهاب ، وأعماله المختلفة سواء التي شهدتها بعض الدول العربية ، أو التي وقعت بدول العالم المختلفة وكان لها صدى عالمي .

وللتدليل على ذلك أشار بعض المحللين بقطاع السياحة المصري [1] إلى أن الإرهاب الإرهاب قد أدى إلى فقد السياحة عملات صعبة يومياً ، إذ أن هذا القطاع كان يدر على مصر - وقبل الأحداث الإرهابية - أكثر من أربعة مليارات دولار سنوياً والتي بدأت في التناقص بدرجة كبيرة وعقب وقوع العديد من الأحداث الإرهابية المحلية والعالمية .

كما أشارت وزارة التخطيط المصرية إلى أن النمو الاقتصادي تراجع إلى حوالي خمسة في المائة تقريباً على غير المتوقع منذ أحداث الحادي عشر من أيلول وذلك نتيجة لقلة الدخل المالي العائد للدولة من بعض القطاعات وعلى رأسها القطاع السياحي .

وأشار أيضاً رئيس غرفة الشركات السياحية المصرية [٢] إلى أن النشاط السياحي المصري قد تعرض لأزمات عديدة نتيجة للإرهاب مما أثر على تدفق السائحين وبالتالي على الإيرادات السياحية ، وبصفة خاصة خلال الفترة من ٩٣ إلى ٩٤ وعقب حادث الأقصر عام ١٩٩٧ م وأحداث الحادي عشر من أيلول ٢٠٠١ م .

أما في اليمن فقد صرح أحد المختصين [٣] بأن القطاع السياحي وكنتيجة للإرهاب لم يحقق العائدات المادية المرجوة إذ أن الأعمال الإرهابية المختلفة التي تعرض لها السائحون سواء بالخطف أو التهديد ، والآثار السلبية الناجمة من أحداث الحادي عشر من أيلول ، والتي خلقت حالة من الذعر والخوف لدى الدول المصدرة

---

1 WWW. Albayan . co / 2003 .

(٢) جريدة الخليج الاقتصادي ، العدد ٩٣٩١ ، الخميس ٣ / ٢ / ٢٠٠٥ ، ص١٢ .

(٣) المرجع السابق ، العدد ٩٣٧٣ ، الأحد ١٦ / ١ / ٢٠٠٥ ، ص٥ .

للسياحة أثرت على السوق السياحي في اليمن بشكل كبير ، وأيضاً على المستوى المتعلق بحركة النقل الجوي أو البحري أو غيرها .

أما في قبرص فقد أشار أحد المصادر [١] إلى تأثر القطاع السياحي القبرصي منذ عام ٢٠٠١ م نتيجة الخوف من التهديدات الإرهابية ، مما أثر على الدخل العائد من هذا القطاع بدرجة كبيرة . إذ سجلت عائدات السياحة تراجعاً بنسبة ٣,٢ ٪ في العام ٢٠٠٤ م لتصل إلى ما دون مليار ليرة قبرصية .

أما في تونس فقد ذكر البنك المركزي التونسي [٢] أن النشاط السياحي حقق انتعاشاً كبيراً خلال عام ٢٠٠٤ م ، إذ ارتفع الدخل العائد من السياحة بالعملة الأجنبية بمقدار ١٧,٧ ٪ خلال هذا العام بعد تراجع بنسبة ٥,٦ ٪ في الأعوام التي تلت وقوع أحداث الحادي عشر من سبتمبر .

أما في لبنان وبعد اغتيال الحريري فقد أشارت العديد من الجهات المختصة في المجال السياحي أن هذا الحادث سيؤثر كثيراً على مستقبل لبنان وبصفة خاصة في المجال السياحي الذي سيشهد تراجعاً كبيراً سيؤدي إلى حدوث انخفاض كبير في العائد المالي المتوقع منه [٣] .

وفي اسبانيا سجلت صناعة السياحة الاسبانية انخفاضاً بمقدار ١٠ ٪ من عائداتها المالية في ١٩٨٥ م وذلك على أثر مقتل سائحين بريطانيين في جنوب اسبانيا عام ١٩٨٤ م [٤] .

وفي كينيا والتي يعد النشاط السياحي بها ثاني أكبر مصدر للدخل من النقد الأجنبي فقد حدث تراجع كبير بهذا الدخل عقب أحداث التفجير الإرهابي الذي وقع بفندق سياحي قرب منتجع مومباي الساحلي عام ٢٠٠٢ م [٥] .

---

(١) جريدة ا لميج ، العدد ٩٤٠٣ ، الثلاثاء ١٥ / ٢ / ٢٠٠٥ ، ص١ ، ٢٧ .

[2] https . www . memafm . com .

(٣) عثمان فهمي ، مرجع سابق ، ص١١٤ .

[4]- www. Al – watan . com / data .

[5]- 6 / 1 / 2003 ik / ahram . org . eg / .

وأشارت أيضاً بعض المصادر إلى أن قطاع السياحة في أنحاء مختلفة من العالم بما فيها الدول العربية قد تكبد خسائر مادية كبيرة أثرت على العائد المادي المتوقع منه بما يزيد على ١٥ مليار دولار بسبب تداعيات أحداث الحادي عشر من أيلول وحتى نهاية عام ٢٠٠٢ م فقط (١) .

ولخص البعض رد الفعل المتوقع داخل القطاع السياحي نتيجة لتوقع الإرهاب أو وقوع أفعاله بحدوث انخفاض في الحصيلة من العملات الأجنبية نتيجة لانخفاض التدفق السياحي كما سينخفض أيضاً الطلب المباشر على الناتج المحلي مما يؤثر على الحصيلة الضريبية المتوقعة من انخفاض السائحين الأجانب (٢) .

وقد قدر بعض خبراء السياحة في مصر قيمة الانخفاض في العائد المادي نتيجة انخفاض حجم التدفق السياحي على مصر بنسبة ٢٥ ٪ أي ما يعادل مليار دولار(٣) .

كما أوضح البعض أن الانكماش (٤) الناتج عن الأعمال الإرهابية في النشاط السياحي سيؤثر بالتالي على حركة النقل السياحي الجوية والبرية مما يقلل من الإيرادات المتوقعة من هذا النشاط .

رابعاً: أثر الإرهاب على الاستثمار في النشاط السياحي :

إن أوجه الاستثمار في النشاط السياحي متعددة وتشمل الكثير من المجالات فمنها على سبيل المثال لا الحصر الأنشطة التالية :

١- إقامة الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية والمراكز والمحال التجارية التي تتولى عرض وبيع المنتجات السياحية ، وأماكن ممارسة الرياضات المختلفة التي يهوى السائحون ممارستها أثناء قيامهم برحلاتهم السياحية ، وإنشاء الملاهي الترفيهية بالمواقع السياحية .

٢- الاستثمار في مجال إقامة المهرجانات والأسابيع السياحية والمعارض والمسابقات والمؤتمرات .

1- www. Albayan . co . ae .

(٢) ٦ / ١ / ٢٠٠٣ ik . ahran . org . eg .

(٣) مولاي علي العلوي ، مرجع سابق ، ص١٥٨ .

(٤) ٦ / ١ / ٢٠٠٣ م / ik.akram.org.eg .

٣- إقامة المطاعم والكافيتريات ذات النمط السياحي وإدارة النشاط التجاري الخاص بها .

٤- الاستثمار في مجال إقامة البنية التحتية الأساسية ، والمرافق العمومية اللازمة لممارسة النشاط السياحي واستمراره مثل : شبكة الطرق والمطارات ومحطات توليد المياه والصرف وإنتاج الطاقة [1] .

٥- الاستثمار في مجال وسائل النقل اللازمة للقيام بعمليات تسهيل انتقال السائح من موطنه الأصلي إلى المواقع التي يريد الذهاب إليها والتي تشمل وسائل النقل الجوي والبحري والبري .

٦- إقامة المنشآت الصناعية والتجارية والمؤسسات المالية اللازمة لإنتاج وتوريد احتياجات النشاط السياحي وممارسة كافة الأنشطة التجارية والمالية المتعلقة بها والتي تشمل مجالات متعددة مثل : إنتاج الأثاث والأجهزة الكهربائية والتقنية ، والأغذية والملبوسات والمفروشات وتسهيل حصول السائح على النقد المحلي اللازم للتسوق والتعيش بالبلدة التي يقوم بزيارتها خلال رحلته السياحية إليها .

ومما سبق يتضح أن الاستثمار في مجال النشاط السياحي يعد أمراً ضرورياً لتنميته والعمل على ازدهاره وتطويره ، هذا من ناحية ، بالإضافة إلى ما تؤدي إليه مجالات الاستثمار المختلفة في هذا النشاط من إضافة أصول اقتصادية جديدة تساعد في تحقيق التنمية الاقتصادية وإيجاد فرص عمل للطاقات المعطلة ، كما سيسمح النشاط الاستثماري في المجال السياحي في تطوير وتحديث وسائل الإنتاج المستخدمة، وكذلك المنتجات المختلفة لكي تلبي احتياجات السائحين وتحقق للجميع رغباتهم وترضي أذواقهم المختلفة .

ومن المعروف أن الاستثمار في مجال النشاط السياحي يتطلب مشاركة العديد من الجهات حتى يتسنى إقامة المشروعات السياحية المطلوب إنجازها نظراً للتكلفة المالية العالية اللازمة لإنجازها ، وطول الوقت المطلوب لإتمامها ولحاجتها إلى توفير

---

[1]- 2003 www. albayam.co/ .

العديد من الخدمات والمرافق التي يلزم لتوفيرها مشاركة بعض الأجهزة والمؤسسات الحكومية .

وهذا الأمر يعني أن إقامة المشروعات السياحية يتطلب التنسيق والتعاون بين جهات عدة مثل : أصحاب رؤوس الأموال ، ورجال الأعمال ، والبنوك ، والمؤسسات المالية ، والشركات ، والمؤسسات الاقتصادية ، والتجارية المختلفة ، وقد يقتضي الأمر حالياً وفي ضوء الانفتاح العالمي أن تشارك الشركات متعددة الجنسيات والتي يطلق عليها العابرة للقارات في إقامة المشروعات السياحية .

ولا شك أن وقوع الأحداث الإرهابية أو التهديد بوقوعها يثبط الحافز على الاستثمار في النشاط السياحي بشكل كبير لما ينجم عنها من مخاطر حقيقية أو مهددات فعلية لهذا النشاط تؤدي إلى التأثير بدرجة كبيرة على الاتجاه للاستثمار في النشاط السياحي أو توقف هذا الأمر تماماً .

لكل ذلك فإن هذه الأعمال تؤدي إلى إصابة النشاط السياحي بما يمكن أن نطلق عليه الشلل الذي قد يكون كلياً أو جزئياً ، وهو الأمر الذي يؤدي في جميع الأحوال إلى الإضرار بدرجة كبيرة بكافة المشاركين في هذه الأنشطة ، ومن قاموا باستثمار أموالهم بها سواء القائمة منها ، أو الجاري ، أو المراد إقامتها ، إذ أن تأثيرات الأعمال الإرهابية قد تستمر لفترات زمنية ليست بالقصيرة .

ولذلك يمكن القول بأن رأس المال المستثمر في النشاط السياحي يتأثر الإرهاب تأثراً كبيراً ليس هذا فقط بل سيمتد هذا الأثر إلى كافة الأنشطة اللازمة للاستثمار السياحي ، إذ ستتوقف البنوك عن تمويل المشروعات الاستثمارية السياحية ، كما سيتوقف المستثمرون عن سداد القروض التي حصلوا عليها من البنوك ، وكذلك أيضاً فوائدها بالإضافة إلى التوقف عن استكمال الإنشاءات السياحية أو القيام بافتتاحات جديدة [1] نظراً لتوقف النشاط السياحي أو انخفاض معدلاته بدرجة كبيرة وهو الأمر الذي يؤدي إلى توقف الاستثمار في النشاط السياحي أو بطء معدلاته .

---

(١) مولاي علي العلوي ، مرجع سابق ، ص١٦٥ .

خامساً : أثر الإرهاب على الصناعات المغذية للنشاط السياحي :

إن النشاط السياحي يعد ثمرة صناعات أخرى كثيرة تمثل المرتكزات الأساسية لضمان قيام هذا النشاط واستمرار يته ونجاحه وبدون هذه الصناعات لن يكتب لهذا النشاط الوجود أو القدرة على القيام بفعالياته المختلفة .

ومن أمثلة هذه الصناعات صناعة الطيران ووسائل النقل البري والبحري ذات الطابع السياحي كالفنادق العائمة ، والبواخر السياحية ، وصناعة التأمين والاتصالات ، والصناعة الحديثة ، والتقليدية المغذية للنشاط السياحي مثل : صناعة الأثاث الفندقي ، ومستلزمات الفنادق والقرى والمنشآت السياحية المختلفة ، وصناعة التحف والقطع الأثرية المقلدة والحلي ، وأيضاً صناعة البناء والتشييد لإقامة الفنادق والمباني السياحية ، وأخيراً صناعة التعليم الفندقي أو السياحي والذي يتولى إعداد وتجهيز رأس المال البشري اللازم للعمل والاستفادة من قدراته وطاقاته في أداء الخدمات السياحية المتعلقة بالنشاط السياحي .

ولا شك أن تأثر النشاط السياحي أو انخفاض معدلاته وحدوث انكماش له سيؤدي إلى التأثير السلبي على كافة الصناعات المغذية له والتي أشرنا إلى البعض منها نتيجة لما يطلق عليه بالتشابك الاقتصادي بين كافة هذه الأنشطة فكل منها يؤثر في الآخر ويتأثر به . ومعنى ذلك إن إصابة إحدى هذه الأنشطة بخسائر وأضرار سيؤدي حتماً إلى إلحاق الضرر بالصناعات والأنشطة الأخرى .

ويمكن القول بأن نتائج الأعمال الإرهابية التي تؤدي إلى إلحاق الضرر السياحي مثل : تخوف السائحين ، وعدم قدومهم إلى الأماكن التي شملها خطر الإرهاب ، أو قلة أعدادهم ، أو تدمير أحد الفنادق أو المنشآت السياحية كل ذلك سيؤدي حتماً إلى الإضرار بالصناعات المغذية لهذا النشاط وتتمثل صور هذا الضرر في أشكال كبيرة منها :

١- توقف أنشطة هذه الصناعات ، ويشمل ذلك على سبيل المثال توقف صناعة الطائرات ، أو وسائل النقل البري أو البحري التي كانت ستخصص للعمل في مجال النشاط السياحي ، وتوقف البناء والتشييد في مجال البناء والتشييد للفنادق الجديدة أو الجاري إقامتها .

٢- **التأثير على الصناعات الغذائية** وصناعة المشروبات والملبوسات ، والمنتجات السياحية الأخرى المتعلقة بالنشاط السياحي ، نظراً لتوقف عمليات التوريد أو التقليل من الكميات التي يتم توريدها للمنشآت السياحية في ضوء انخفاض معدلات التشغيل بها .

٣- **التأثير على صناعة التأمين** والنقل والاتصالات في ضوء ارتفاع أسعار بوالص التأمين لارتفاع درجة خطر النقل أو التحرك بالطائرات ووسائل النقل السياحية المختلفة في المناطق المعرضة للإرهاب ، أو التي يقع بها ما يؤدي إلى تأجيل العقود المستقبلية والتي تحتاج إلى تغطية تأمينية .

٤- **التأثير على الصناعات التقليدية** للتحف والحلي والقطع الأثرية المقلدة والملابس والمفروشات ، والتي تعد ثروة سياحية هامة تلعب دوراً أساسياً في غزو الأسواق المصدرة للسياح ، وجلب الأفواج السياحية إلى المناطق التي يتم بها عرض منتجات هذه الصناعات كمنطقة خان الخليلي بمصر ، ومنطقة المتاجر الخاصة لعرض هذه المنتجات بالمغرب ، والتي تساهم في تعريف السائح بالحضارات المختلفة والأنشطة والفنون التي تتسم بها كل منها .

ولا شك أن انخفاض أعداد السائحين وتأثر النشاط السياحي سيؤدي إما إلى توقف بعض هذه الصناعات ما يؤدي إلى هجرة الصناع المهرة العاملين بها واختفائها أو إلى عدم ازدهارها وحدوث انكماش بها .

الخاتمة :

إن الأعمال الإرهابية تلحق بالكثير من الأنشطة التي تمارسها الدولة ومؤسساتها أو الشركات والمؤسسات العاملة بها ، أو التي يقوم بها الأفراد سواء في وطنهم الأم ، أو في الأوطان التي يقومون بالذهاب إليها الكثير من الأضرار والخسائر التي تتنوع ما بين البشرية والمادية والمالية .

ولقد تأثرت الكثير من الأنشطة بهذه الأعمال إلا أن أكثرها تأثراً لا سيما في العقود الأخيرة كان هو النشاط السياحي الذي طاله كم كبير من المهددات والمخاطر والأضرار .

ومن هذا المنطلق تناولت هذه الدراسة التي تعلق موضوعها بالإرهاب والنشاط السياحي أثر الأفعال الإرهابية على هذا النشاط من خلال التوضيح أولاً لماهية الإرهاب وقد شمل ذلك بيان مفهومه وسماته وأنماطه المختلفة وأسبابه وعوامل الظهور. وقد أظهرت الدراسة عدم وجود اتفاق سواء بين الدول أو القائمين على أمور التشريع الوضعي أو الفقهاء والباحثين على تحديد مفهوم جامع مانع له نظراً لتضارب المصالح الاقتصادية والسياسية والأمنية بين الدول . كما أوضحت الدراسة وجود العديد من السمات والأنماط للأعمال الإرهابية في ضوء أساليب التخطيط والإعداد والتنفيذ لها ، والاتجاهات والميول الفكرية للقائمين بها ، والأهداف الدافعة لهم لتنفيذ هذه الأعمال .

وتلى ذلك بيان ماهية النشاط السياحي وذلك من خلال توضيح مفهومه والإشارة إلى صوره المختلفة والتي تمثل البعض منها فيما أوردته الدراسة .

وأخيراً تناولت الدراسة بيان الانعكاسات السلبية للإرهاب على النشاط السياحي وذلك سواء ما يتعلق منها بالمقومات البشرية لهذا النشاط ، أو بالبنية الأساسية له ، أو بالعائد المادي منه ، وأيضاً أثر هذه الانعكاسات على الاستثمار في هذا النشاط .

وأخيراً أثرها على الصناعات المغذية له ، وهو الأمر الذي أظهر وجود العديد من الانعكاسات السلبية للإرهاب على هذا النشاط بل وامتدادها إلى كافة المقومات أو المرتكزات الخاصة به ، بل وأيضاً فيما يتعلق ببنيته الأساسية . وهذا يعني بما لا يدع مجالاً للشك أن الإرهاب بكافة صوره وأشكاله يعد أمراً بالغ الخطورة والتأثير على النشاط السياحي ، وإن انعكاساته السلبية تلقي بظلالها على هذا النشاط لفترات زمنية ليست بالقصيرة .

المبحث الثالث
إدارة الأزمة الإرهابية في السياحة

- تعريف الأزمة
- ماهية الأزمة
- طبيعة الأزمة
- اتخاذ القرار خلال الأزمة

المبحث الثالث

إدارة الأزمة الإرهابية في السياحة

Crises Management

أولاً : مفاهيم خاصة :

- **السياحة هي** : الانتقال من بيئة الإنسان ومحيطه الدائم إلى بيئة أخرى من أجل العظة والعبرة والتعليم والترفيه ، وصرف المدخرات .

- **كما عرّف بعض الباحثين**[1] النشاط السياحي بأنه"النشاط الذي يقوم به الأشخاص الذين يميلون إلى السفر وربما الإقامة في غير بيئتهم المعتادة لفترة قصيرة أو طويلة دون الإقامة الدائمة. بهدف أساسي هو التمتع بوقت فراغهم على وجه لا يمكن تحقيقه في بيئتهم المعتادة مع استعداهم لتحمل مخاطر محددة لنشاطهم في إطار إمكاناتهم المادية أو المعنوية".

- **الأزمة** تعبر الأزمة عن موقف Situation وحالةState of Affair وعمليةProcess وقضيةCase يواجهها متخذ القرار في أحد الكيانات الإدارية (دولة، مؤسسة،مشروع، أسرة) تتلاحق فيها الأحداث بالحوادث وتتداخل، وتتشابك معها الأسباب بالنتائج، تختلط الأمور وتتعقد ويفقد معها متخذ القرار قدرته على الرؤية عند اصطدامه بها للوهلة الأولى وعند محاولته السيطرة عليها، أو على اتجاهاتها المستقبلية[2].

"فالأزمة[3]: هي نقطة حرجة تواجه المنظومة المجتمعية ينتج عنها خلل أو توقف بعض أو كل الوظائف الحيوية للمجتمع ، وتشتمل على تدمير مادي أو معنوي ، أو كليهما معاً ، يصاحبه تداعٍ سريع في الأحداث مما ينشط عناصر عدم الاستقرار في النظام ويدفع سلطة اتخاذ القرار لضرورة التدخل السريع لمواجهة الموقف ولإعادة التوازن لهذا النظام ، **وهذه الحالة تتسم بعناصر ثلاثة هي :**

---

(١) يي مد سعيد، الإطار القانو للنشاط السياحي والفندقي، ا كتب العر ا ديث، الإسكندرية،ص ٦٤.

(٢) د، سن أ د ا ض ي، إدارة الأزمات، موعة النيل العربية، ٢٠٠٢، ص١١٥.

(٣) د. عادل عبد ا ق ا واد مد، لة الأمن وا ياة، العدد(٣٠٢)، ص٤٩ وما بعد...

- تهديد أبعاد المنظومة المجتمعية (الاقتصادية ، الاجتماعية ، السياسية ، الإيديولوجية) .
- اختلافات مفاجئة في الحياة العادية .
- ضغط الوقت وتسارع الأحداث .

تعريف الأزمة (Crises):

عبارة عن حدث أو خطر أو مشكلة ، أو موقف أو قوة قاهرة تحدث فجأة وبشكل مباغت ، تترك أحداثاً سريعة في وقت قصير ، تهدد جوانب وأبعاد المجتمع، مما يؤدي لحدوث صدمة وارتباك وخلل في سير الحياة ، تعرض النظام الاجتماعي والأمن والاستقرار للخطر والزعزعة والتهديد .

- **الإرهاب :** هو ذلك العنف الذي ينفذ من خلال مصدر غير رسمي ، كما قد يُنفذ العمل الإرهابي من خلال الأفراد ، ولكن عادة ما ينفذ من خلال جماعات صغيرة من الناس ، ويعتمد الوضع المؤثر للإرهاب على قاعدة عريضة من أحداث الرعب العام .

ماهية الأزمة :

تعد الأزمة نتاجاً لحدث أو خطر مفاجئ يصيب جوانب المجتمع ، في وقت قصير أو طويل ، فيهدد الاستقرار والأمن المجتمعي ، والأزمة تحتاج لسرعة اتخاذ القرار لمواجهتها .

الأزمة حدث مفاجئ يواجه متخذ القرار ويشكل بذلك صراعاً بين إرادة وقوة متخذ القرار ، وبين إرادة وقوة منشئ ذلك التحدي ، لذلك فإن الأزمة هي حالة استثنائية تواجه صانع القرار حيث تتابع الأحداث وتتداخل مما قد يفقد صانع القرار القدرة على السيطرة في تلك الحالة أو نتائجها ، مما يزيد من مخاطر عدم التأكد .

وتتخذ الأزمة ثلاثة جوانب هي :

التهديد والمفاجأة وضيق الوقت .

- **والتهديد** يشير إلى المخاطر والآثار السلبية التي تهدد جوانب المجتمع وأبعاده سواء أكانت سياسية أم اقتصادية ، أم اجتماعية ، أم أمنية ، ويكون منبع التهديد شخصاً أو مجموعة أشخاص " تهديد داخلي " ، أو من دولة أجنبية " تهديد خارجي " أو بعض الأفراد والجماعة .

- **أما المفاجأة** فتشير للمباغتة في الحدث وتختلف حسب نوعها ومجالها وزمان ومكان وقوعها .

- **وضيق الوقت** وهو يشير لأهمية عنصر الوقت في مواجهة الأزمة لأن للوقت دور حاسم في التصدي للازمة .

ونظراً لأن الأزمات التي تكون ذات صلة بالسياحة تصبح ذات عواقب وخيمة على صناعة السياحة نفسها وذات تأثير مباشر على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، بل وذات تأثير على الصورة الذهنية للمواطن ذاته.

وغالباً ما ينجم عن تلك الأوضاع نتائج سلبية تنعكس بشكل حاد ومباشر على السياحة وخاصة في المجالات التالية[1]:

- وقوع الحوادث العادية، لكن وصف وسائل الإعلام لها قد يأتي بعبارات مثيرة، غالباً وليس دائماً المبالغة تضخم الأزمة، وهذا يشكل عاملاً سلبياً في اتخاذ القرار.
- عزوف السياح عن زيارة المنطقة، وإلغاء الحجوزات وتوقف أعمال الفعاليات السياحية.
- معاناة المقاصد والفعاليات السياحية اقتصادياً نتيجة تناقص عدد السياح لفترة أطول من فترة الأزمة ، ويحتاج الموقع لفترة طويلة لكي يتمكّن من إعادة الصورة للمنطقة السابقة للأزمة في الأسواق السياحية.
- بعد الأزمة يبادر الموقع بحملة إعلامية مكثفة لنشر معلومات واقعية عن الأوضاع.

---

(١) أ. صلاح الدين خربوطلي، السياحة ا ستدامة،٢٠٠٤، مركز دار الرضا، دمشق، ص١٨٢-١٨٣

- بعد إنفاق تكلفة كبيرة لترويج فعال في الأسواق السياحية يبدأ توجه الحركة السياحية للمنطقة أو الموقع ولكن ببطء وحذر أحياناً.

لذا أصبح من الضروري أن تكون هناك إستراتيجية إعلامية مدروسة ، مهيأة للتعامل مع الأحداث الطارئة ، غير أن المتخصصين في الإعلام السياحي يقومون، بإعداد هذه الإستراتيجية في ضوء المتغيرات المتعلقة بأبعاد النشاط السياحي ذاته .

اللائحة التالية تبين الأصول التي يجب إتباعها مع الإعلام خلال الأزمة.

قواعد التعامل مع الإعلام خلال حالة الأزمة

- كن مستعداً ، المعلومات تنتشر في العالم خلال دقائق، فإذا لم تصرح بالمعلومات بسرعة فإن وسائل الإعلام ستتولى تقديم الأخبار كما تريد هي، هدفك يجب أن يكون توضيح الغموض، وإزالة الانطباع السلبي عن طبيعة ومكان الأزمة بتقييم واقعي مفصّل أكثر للخطر المحتمل في المقصد.

- كن صادقاً وواقعياً ، فإدارات السياحة الوطنية تحتاج لأن تتعامل مع الإعلام بمصداقية ،وخاصةً للمواضيع الاستثنائية المتعلقة بالسلامة والأمن مثل الكوارث الطبيعية والجرائم والمشاكل الصحية التي لا تعرف حدوداً دولية ، فإذا وقع حدث في موقعك، قدِّم كلّ المعلومات: من ماذا- أين- كيف وقدِّم أية خلفية عن المعلومات قدر الإمكان، فالخلفية عن المعلومات تضع الحدث في الصورة الحقيقية.

- كن متجاوباً ،فقد يخلق تصريحك الأول طلبات عديدة للمعلومات والتفصيلات أو المقابلات، والتعاون مع وسائل الإعلام يوفر لك فائدة على المدى البعيد.

- كن مستعداً ، يجب أن يكون لدى إدارة السياحة الوطنية عنصر مميّز للتعامل مع الإعلام، وهذا العنصر يجب أن تكون له معرفة بالمعلومات المتعلقة بالسلامة والأمن، وتكون لديه قاعدة معلومات عن جميع ممثلي الإعلام في البلد والجهات الإعلامية الرئيسية في الخارج، ومكاتب السياحة الخارجية التابعة للبلد يجب أن تقوم بالمهمة عن البلد ، ورجل الإعلام سيكون متفهماً إذا عرف العنصر الإعلامي في إدارة السياحة، ويكون تعامله معه/ معها مباشراً أو سريعاً ، فإذا كان الإعلام يستلم المعلومات باستمرار وثبات من العنصر الإعلامي، فإنها حتماً ستكون

معلومات واقعية وجيدة وتساعد في توضيح الحالة الطارئة بصورة بعيدة عن الإشاعات.

ويمكن تنفيذ ذلك الأسلوب في جميع المستويات.

ما هي الوصايا العشر للتعامل مع الأزمات[١]

التعامل مع الأزمات فن ومهارة، ويحتاج إلى وعي إدراكي شامل ومتكامل ، ليس فقط بحاضر الأزمة وملامحها وما يحدث فيها ومنها، ولكن أيضاً بالظلال الخافتة، وما هو خفي مقابل لها لا تظهر ملامحه واضحة جلية، بل تكاد لا تظهر إطلاقاً، بل ما قد يؤدي إلى ذات المعنى والمضمون، وإلى ذات الخطورة الظاهرة والكامنة على حد سواء، ومن ثم فإن معرفة فنون المواجهة، ونظريات التعامل، ومجالات وأهداف إدارة الأزمات، وتحديد مدى خطورة الأزمة، وكيف ومتى يتم القضاء عليها... جميعها تحتاج إلى استلهام وإلهام...وإلى احترام وتقدير وتطبيق واستخدام جيد للوصايا العشر للتعامل مع الأزمات، وهي ما يوضحه لنا الشكل التالي: وهي تمثل الدستور الإداري الذي يتعين على كل متخذ قرار أن يعيه جيداً عند التعامل مع أي أزمة تواجهه ، وأن لا يتناسى أو يتجاهل إحدى هذه الوصايا شديدة الأهمية والخطورة، وهذه الوصايا العشر هي:

(أ) توخي الهدف.

(ب) الاحتفاظ بحرية الحركة وعنصر المبادرة.

(ت) المباغتة.

(ث) الحشد.

(ج) التعاون.

(ح) الاقتصاد في استخدام القوة.

(خ) التفوق في السيطرة على الأحداث.

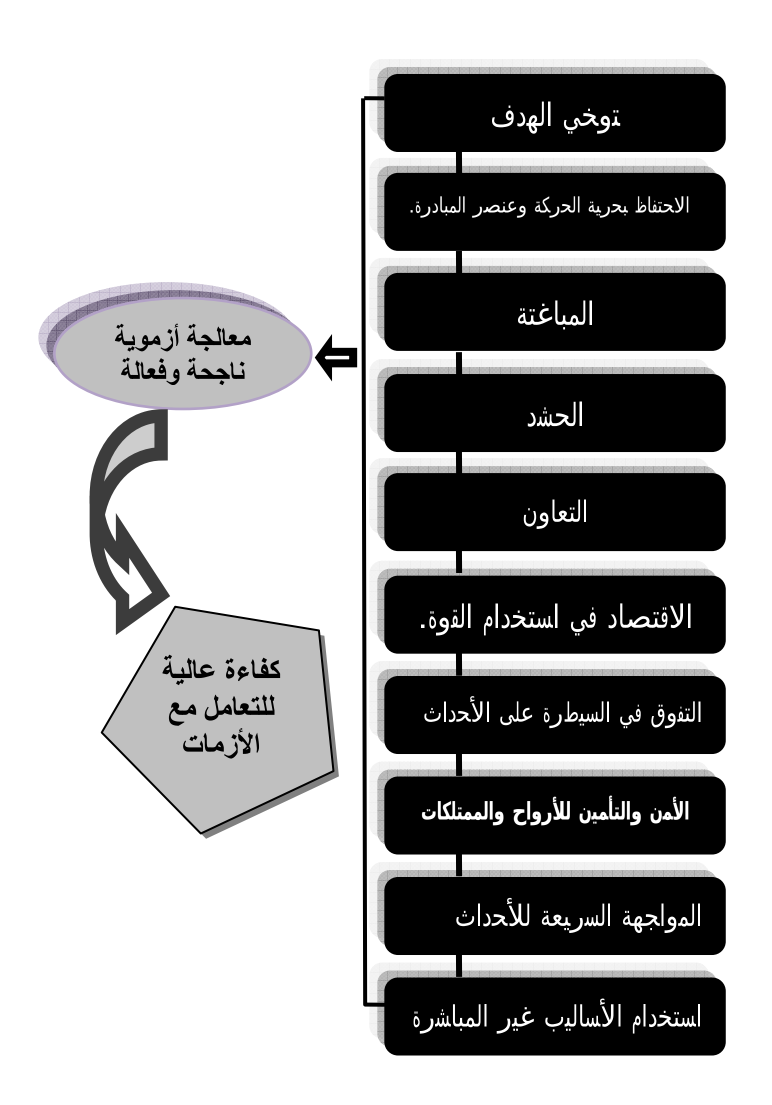
(د) الأمن والتأمين للأرواح والممتلكات والمعلومات.

(ذ) المواجهة السريعة والتعرض السريع للأحداث.

---

(١) د. سن أ د ا ض ي، إدارة الأزمات، مرجع السابق،ص١٨٨-١٨٩

(ر) استخدام الأساليب غير المباشرة كلما كان ذلك ممكناً.



حالة (١) : حادث شرم الشيخ الإرهابي :

يعد حادث شرم الشيخ الإرهابي إحدى الحوادث التي ألحقت خسارة كبيرة بصناعة السياحة المصرية وبخاصة في شرم الشيخ.

لقد جاءت هذه الجريمة الإرهابية البشعة في ظل ظروف دولية مختلفة تماماً عن جريمة الأقصر (١٩٩٧) التي كان تأثيرها مروعاً على السياحة.

تصور لإدارة أزمة حادث شرم الشيخ الإرهابي ضد السياحة:

نشير لبعض الخطوات التي يمكن إتباعها عند حدوث عمل إرهابي ضد السياحة، وذلك من خلال الاستفادة مما طرحته منظمة السياحة العالمية من خطوات بعد حادث شرم الشيخ الإرهابي، وبعض ما هو متوفر من التراث العلمي في مجال إدارة الأزمات.

أصدرت منظمة السياحة العالمية دراسة مهمة عكف على إعدادها مجموعة من الخبراء على مستوى العالم تحت عنوان (دليلك للخروج من الأزمات في صناعة السياحة) وقد تمَّ تقسيمها إلى ثلاثة أجزاء ، حيث أن الأزمة هي أي حادث غير متوقع يؤثر في ثقة السياح في السفر إلى مكان ما ويتدخل في قدرة صناعة السياحة على العمل بشكل طبيعي ، ولذلك تظهر الحاجة إلى وضع استراتيجيات لإدارة الأزمة لإعادة الثقة إلى المستهلك (السائح والمسافر) وإلى صناعة السياحة بشكل عام وتقليل التأثير السلبي للأزمة على هذه المنطقة السياحية أو تلك إلى أقل قدر ممكن .

سيتم تناول إدارة الأزمة من خلال ما قبل الأزمة بالتعرف على الإشارات والإنذارات المبكرة عن الأزمة ، واتخاذ أساليب المواجهة اللازمة ، ثم متابعة الأزمة بعد حدوثها ومعالجة الآثار المترتبة عليها في المجتمع.

الخطوة الأولى: قبل حدوث الأزمة (الاستعداد للأسوأ):

إن ما قبل الأزمة يمثل مرحلة مهمة في العمل على التعرف على الدلائل والمؤشرات لحدوث أزمة ، وذلك من خلال المراكز المتخصصة والإدارات التابعة لها ، التي تهتم بوضع التصورات والسيناريوهات لمواجهة الأزمة ، والحيلولة دون حدوثها ، أو الحد من مخاطرها على أقل تقدير .

لا يجوز القول إن الأزمة تنشأ من فراغ وإنما يسبقها استعصاء لا يعالج علاجاً مناسباً ، وهذه المرحلة تتطلب عدداً كبيراً من الإجراءات التي تسهم في مواجهة الأزمة ، ويتمثل في المعلومة وتأمينها ، ثم وضع الخطط والخطط البديلة وتشكيل إدارة الأزمة ، مرحلة ما قبل حدوث الأزمة هي مرحلة احتياطات وإجراءات من شأنها الحد من مسببات الأزمة أو التقليل من مخاطرها . وتشمل هذه المرحلة أيضاً مجموعة من الدراسات عن نوعية الأزمة والمخاطر المتوقعة .

لا بد هنا من النهوض بمستوى المعلومات عن الأزمة بدعم شبكة المعلومات ، وهذا جانب هام حتى لا تصبح العشوائية والارتجالية هي التي تسير الأحداث ، وهذه المرحلة تنطوي على تحليل المخاطر المحتملة وتقدير الإمكانيات المتاحة وتحديد التدابير والإجراءات التي تحد من وقوعها ، وهذا يشمل أيضاً تدريب الأفراد على القيام بأدوارهم ثم اختبار مدى فعالية الخطة من وقت لآخر .

إلا أنه لا يجب التقليل من خطورة الأزمة وما قد تسببه من أضرار للسياحة، لأن أفضل طريقة لتقليل تأثير الأزمة إلى أقل حد ممكن هو الاستعداد الجيد لمواجهتها من خلال:

١- وضع إستراتيجية إعلامية موضع التنفيذ ولا بد في هذا المجال من إعداد خطة لإدارة الأزمة من خلال تخيل أسوأ سيناريو يمكن أن يحدث وتوزيع المسؤوليات على الجميع وتوفير قائمة تتضمن الاتصال بأطراف الصناعة الأساسية من الخدمات العامة إلى شركات القطاع الخاص على أن تشارك هذه الهيئات في إعداد الخطة، وأحد المفاتيح الأساسية للنجاح هو تعاون الجميع. ولا بد أيضاً من أن يكون هناك متحدثون جيدون عن الأزمة يتعاملون مع وسائل الإعلام، ومن الضروري أن تكون المعلومات التي يتم تزويد وسائل الإعلام بها موثوقاً بها وغير متناقضة ولا بد أن يحتل الأشخاص الذين يدلون بتصريحات لوسائل الإعلام مناصب عالية في الصناعة ولكن ليس بالضرورة أن يكون الشخص الذي يحتل قمة هذه المؤسسة أو الشركة هو الذي يتحدث لوسائل الإعلام ويجب تدريب المتحدثين إلى وسائل الإعلام من خلال عقد مؤتمرات صحفية غير حقيقية يتم خلالها تخيل الأسئلة التي يمكن أن يثيرها رجال الإعلام خلال المؤتمرات الصحفية الحقيقية .

٢- خطة الترويج وتعتمد هذه الخطة على تطوير وتحديث قاعدة معلومات متاحة وسهلة الوصول ، ويجب إقامة نظام للبريد الالكتروني والفاكس حتى يمكن الوصول للشركاء وأن يستطيعوا هم الوصول إلى قاعدة المعلومات ومن المهم أن يكون الترويج أميناً وأخلاقياً وغير مبالغ فيه .

٣- مراجعة أنظمة الأمن وفي هذا الصدد لا بد من الحفاظ على علاقات جيدة مع الإدارات الحكومية المسؤولة عن أمن وسلامة البلاد وأن تكون هيئات وشركات السياحة على علم بكل الإجراءات الأمنية المتخذة والتي تؤثر في صناعة السياحة ومن الضروري أن تكون هذه الإجراءات غير مرئية حتى لا تؤذي السياح .

٤- الاستعداد بالأبحاث وفي هذا الصدد من المفيد توقيع اتفاقيات متبادلة مع الفنادق الكبرى وشركات الطيران ومنظمي الرحلات لتبادل أحدث المعلومات حول أسعار الحجز والإقامة وغيرها ، وتبادل المعلومات الأخرى مع الشركاء الآخرين . ولا بد أيضاً من مراقبة حالات دخول السياح إلى المستشفيات في الأوقات العادية وذلك لإجراء مقارنة والاستعداد في حالة حدوث أزمات وتذليل أي صعاب ممكنة . ومن المهم أيضاً الحصول على معلومات وإحصاءات عن الجرائم ضد السياح لمعرفة أسبابها ومعالجة أي قصور أدى إلى حدوثها .

طبيعة الأزمة :

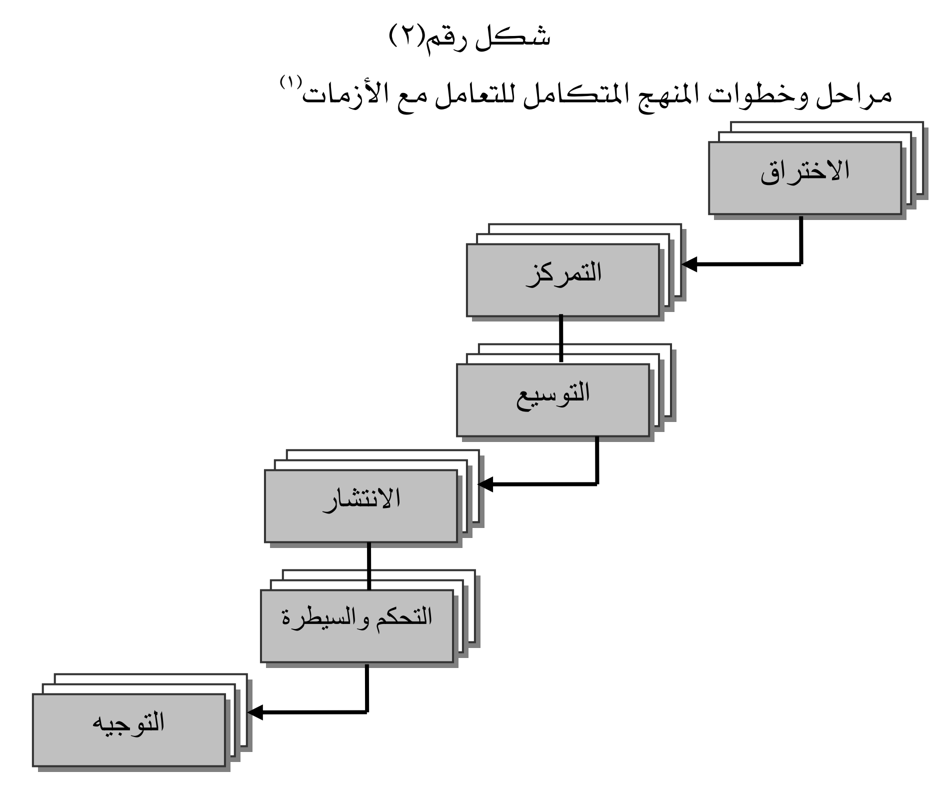
نشير إلى الأزمة وذلك بالتعرف على طبيعة الأزمة وأبعادها ومحاولة جمع المعلومات الكافية لمواجهتها ، مع اتخاذ القرارات المناسبة للتعامل مع الأزمة ومواجهتها .

لقد أصبح الحديث عن استخدام المنهج العلمي كأسلوب للتعامل مع الأزمات أكثر من ضروري وأكثر من حتمي ليس فقط لما يحققه من نتائج إيجابية في التعامل مع الأزمات ، ولكن أيضاً لأن البديل غير العلمي نتائجه قد تكون مخيفة ومدمرة بشكل كبير . ومن هنا تأتي أهمية التطبيق العلمي لمفهوم إدارة الأزمة من

خلال فريق أزمة يقوم بتطبيق الخطط الموضوعة ويستخدم المهارات التي يكتسبها من التدريب على إدارة الأزمة .وهو ما يظهره الشكل التالي:

شكل رقم(٢)

مراحل وخطوات المنهج المتكامل للتعامل مع الأزمات[1]



إن أول مرحلة في مواجهة الأزمة هي ما يمكن تسميته **بمرحلة الاختراق للازمة**، وهي محاولة معرفة كل شيء عن الأزمة من الداخل ، وذلك عن طريق معلومات عن طبيعة الأزمة للنفاذ واختراق الأزمة حتى يسهل التعامل معها .

ويلي ذلك **مرحلة التمركز وإقامة قاعدة** للتعامل مع عوامل الأزمة وهنا يتم بناء خطوط اتصال داخل كيان الأزمة ، ثم تلي ذلك **مرحلة توسيع** قاعدة التعامل مع الأزمة ومن ذلك كسب المزيد من المؤيدين واستقطابهم لصالح التعامل لإنهاء الأزمة .

إن أهم مشكلة في مرحلة مواجهة الأزمة هي اتخاذ القرار المناسب وفي الوقت المناسب ، وهذا يتوقف على دقة المعلومات في المرحلة الأولى ، وهنا يتضح مدى

---

(١) د. سن أ د ا ض ي، إدارة الأزمات، مرجع السابق،ص٣١٧.

القدرة على تحديد طبيعة وحجم الأزمة والأجهزة والمعدات للمواجهة والسرعة التي يتم بها التحرك ثم مدى قدرة أجهزة التنسيق على تحقيق التناغم بين هذه الأجهزة بما يمنع التقارب والازدواجية .

الخطوة الثانية : خلال الأزمة " التقليل قدر الإمكان من الأضرار " :

إن الساعات الأربع والعشرين الأولى من وقوع الأزمة حاسمة وأي استجابة غير حكيمة وليست ذات كفاءة يمكن أن تسبب أضراراً هائلة ، لذلك يجب إتباع الخطوات الأربع التالية :

١- لا بد من توفير معلومات لوسائل الإعلام عن حقيقة الموقف ، وهنا لكي تكون هناك مصداقية يجب تبني سياسة الكشف الكامل عما هو معروف أو غير معروف ويجب الابتعاد عن التغطية أو التستر على الحقائق ، ويجب تأكيد أن المعلومات الحقيقية عن الأزمة ستظهر ولذلك ستكون المعلومات المغلوطة والأكاذيب ذات تأثير مدمر ، والفشل في توفير المعلومات سيجعل وسائل الإعلام تبحث عن مصادر أخرى وربما تكون تلك المصادر ضارة لأنها ستكون أقل حرصاً في تصريحاتها وكلامها من هؤلاء المفترض فيهم أن يتحدثوا وهنا يجب إقامة مركز إعلامي مزود بجميع الأجهزة .

٢- قرارات صعبة بشأن الترويج وأهم هذه القرارات ألا تجعل الشركاء السياحيين الرئيسين يعتمدون على وسائل الإعلام في معرفة المعلومات بشأن الأزمة فلا بد من توفير المعلومات بشأن الأزمة ، أو بشأن الكارثة وماذا حدث لمساعدة الضحايا والخدمات الأمنية ؟ وغير ذلك .

٣- ضمان الأمن من خلال إقامة مركز لتلقي مكالمات الطوارئ ويمكن أن يكون هناك خط تليفوني ساخن لتلقي المكالمات الاستعلامية من السياح وأسرهم خلال الأزمة والإجابة عليها ، وكذلك متابعة ما تم عمله لتحسين النواحي الأمنية وسلامة السياح والأماكن السياحية والاتصال المستمر بالجهات الأمنية لمتابعة آخر التطورات في هذا المجال ، والتنسيق مع هذه الجهات الأمنية بشأن المعلومات التي يتم تزويد وسائل الإعلام بها وفي قلب الأزمة من المهم الاتصال بالعالم الخارجي ، وعدم

نسيان ذلك وإبلاغ الجهات ذات الصلة بأحدث التطورات وماذا تم عمله لمواجهة الأزمة.

٤- الاهتمام بالعمل البحثي للحصول على المعلومات ومعرفة من يمكنه أن يسافر من السياح خلال الأزمات ومن أين يأتون ولماذا وتزويد إدارة الترويج بهذه المعلومات ومتابعة التقارير الصحفية والإعلامية في وسائل الإعلام والصحف بالعالم التي تتناول الأزمة .

اتخاذ القرار خلال الأزمة :

يمثل اتخاذ القرار خلال إدارة الأزمة أحد الجوانب المهمة في إدارة الأزمة ، نظراً لأنه يهدف للوصول إلى موقف متوازن يراعي مختلف العوامل المؤثرة على الأزمة ، واتخاذ أفضل البدائل لإدارتها .

كلمة قرار حاسم أو إقرار كفعل ، تعني لفظياً التوصل إلى إقرار شيء أو استقراره ، وتستخدم علمياً بمعنى الحكم بترجيح جانب على جانب آخر ، أو الوصول لحل في مسألة أو موقف أو مشكلة ما ، وقد ينظر إليها كحدث فتسمى اتخاذ القرار ، وقد يتم اعتبارها كعملية فتسمى صنع القرار حيث يمكن أن تستخدم لها أساليب التصميم والقياس والضبط الهندسي . كما يتم على أية خطوات عملية صناعية ذات خطوات محددة وذلك لإنتاج قرار بمستوى جودة محسوب . ويأتي أصل اللفظ من الكلمة اللاتينية (Decider) وتعني القطع (To Cut of) فهي تتكون من مقطعين (de) وتعني (off) و (Cidere) وتعني (To Cut) .

وبذلك فالقرار بهذا المعنى ، هو قطع لعمليات التفكير المستمر للوصول إلى وضع متوازن ، لإقرار موقف أو بديل أو طريقة من الطرق أو أسلوب عمل .

ويرى البعض أن سلوك الإنسان ومن ثم أسلوبه في اتخاذ القرار يتأثر بإدراكه لما يدور حوله من أشياء وأشخاص ونظم اجتماعية ، ويعرف الإدراك بأنه استقبال المثيرات وتفسيرها وترجمتها إلى سلوك محدد .

حيث إن اتخاذ القرار هو عملية اختيار أسلوب علمي معين من بين عدد من البدائل والنجاح في إدارة الأزمة يعتمد إلى حد كبير على قدرة اتخاذ القرار السليم ، والخطوة الأولى في اتخاذ القرار هي البحث عن البدائل المختلفة لتحقيق هدف معين، والخطوة الثانية هي اختيار أحد البدائل ، وعملية الاختيار هذه تمثل قراراً وهنا تأتي أهمية تقييم المزايا المقارنة للبدائل المتاحة واختيار أنسبها .

الخطوة الثالثة : عقب انتهاء الأزمة " استعادة ثقة السائح " :

فيما بعد حدوث الأزمة يجب أن يتم عمل خطوتين متوازيتين وهما :

أولاً : التعرف على مدى قدرة متخذ القرار على المواجهة أثناء حدوث الأزمة .

ثانياً : رصد الآثار الناتجة عن الأزمة ، ومعرفة الخسائر سواء أكانت بشرية أم مادية ، ومن خلال هاتين الخطوتين تتضح مدى قدرة المجتمع بأجهزته وإداراته على مواجهة الأزمات والكوارث ، وما هي الحالات التي لم يتم فيها احتواء الآثار الناتجة عن حدوث الأزمة ، إذ إن أحد الأهداف الرئيسية في إدارة الأزمة هو تقليل الخسائر إلى أدنى حد ممكن وفي هذه المرحلة يتم تشخيص إيجابيات وسلبيات الإدارة واستخلاص الدروس، ثم العمل على معالجة آثار الأزمة ، لأن ذلك يمثل نقطة في غاية الأهمية تحتاج لتضافر الجهود والتنسيق والتعاون بين الجهات التي لها صلة بالأزمة ، بإقامة غرفة عمليات لتبادل المعلومات وطرح التصورات والسيناريوهات لمواجهة ما خلفته الأزمة ، مع ضرورة استخدام المنهج العلمي في علاج آثار الأزمة ووضع تصور لعلاج الآثار الناتجة عنها .

وذلك لأن الأسلوب العلمي له دور مهم في اتخاذ القرار نظراً لما يتسم به هذا الأسلوب من الاعتماد على المنهج العلمي في إتباعه لمجموعة الخطوات المنظمة لدراسة الأزمة ومعرفة المراحل التي تمر بها وأنسب القرارات لمواجهتها .

فالأسلوب العلمي في اتخاذ القرار يساعد على اتخاذ القرار من خلال معايير موضوعية للاختيار ، بحيث يكون القرار منطقياً ، وهذا يحقق عملية التجريد واختفاء المعاني والتفسيرات الضمنية (Implicit) التي قد تؤثر في القرار عند اتخاذه بالأساليب الأخرى ، كما يمكّن هذا الأسلوب من متابعة الخطوات المختلفة ، وإجراء تغييرات في بعض المعطيات ، مع توفر مصادر جديدة للمعلومات ،

بالإضافة إلى ما سبق تأتي ضرورة وأهمية اتخاذ خطوات لعمل خطة ترويج جديدة للأنشطة السياحية وأماكن الترفيه ، والعمل على استقطاب سياح جدد .

ولكن اهتمام وسائل الإعلام ينتقل بسرعة إلى أحداث جديدة ولا تتم متابعة ما بعد الأزمة ، ولذلك فإن الاهتمام بتعريف السياح المحتملين بالتطورات التي حدثت مهم للغاية لأنه بدون ذلك سيظل لدى هذا السائح معلومات قديمة عن الأزمة فقط ولذلك لا بد من عمل التالي :

١- **إجراء اتصالات** لإعادة بناء الصورة من خلال الترويج لكل ما من شأنه استعادة النشاط السياحي كما كان وإعادته إلى طبيعته وإبلاغ الصحفيين حول الخطط المستقبلية والمدة التي سيأخذها تنفيذها وتوفير كميات كبيرة من المعلومات بما في ذلك نسخ من الكلمات والخرائط والصور وغيرها لمن هم في حاجة إليها ، ومن المهم تزويد وسائل الإعلام بأخبار سارة مثل وصول مجموعة سياحية متخصصة أو افتتاح مرافق جديدة تخدم السياحة .

وإعداد موقع على الانترنت لتوفير المعلومات الصحيحة والعميقة التي يمكن أن يستفيد منها رجال الإعلام وتنصح منظمة السياحة العالمية بالانضمام إلى حملة الاتصالات الدولية من أجل السياحة للترويج المشترك لصناعة السياحة بشكل جماعي .

٢- **المرونة أو الترويج** وذلك عن طريق إيجاد منتجات سياحية جديدة مثل: سياحة الغولف والتزلج والسياحة الثقافية ، وشهر العسل وغيرها ، ويمكن استهداف مجموعات معينة من السياح والاهتمام بالسياح ذوي الاهتمام الخاص مثل الغطس وتسلق الجبال أو الاهتمام بالآثار . ومن المهم أيضاً تقديم عروض مغرية وليس بالضرورة الدخول في حرب أسعار مع الآخرين ولكن إجراء خفض جيد على الأسعار ويمكن لصانع القرار السياحي أن يقوم بتحويل حملات الترويج من منطقة إلى أخرى إذا رأى أن هذه السوق السياحية واعدة أكثر من تلك ولكن من الضروري أيضاً عدم نسيان تنظيم حملة ترويجية في السوق المحلية لأنه بعد الأزمات يفضل السياح قضاء إجازتهم في بلدانهم أو البلدان المجاورة .

٣- استخدام الأبحاث بفعالية حيث من الضروري إجراء أبحاث حول السياح المحتملين والأسواق الواعدة ومعرفة اتجاهات هؤلاء السياح وظروفهم وكيفية إقناعهم بالمجيء إلى المنطقة .

٤- الأمن للمستقبل : لا بد بعد انقضاء الأزمة من إعادة تقييم النواحي الأمنية للتأكد من قوتها ويجب أيضاً تحسين الخدمات الخاصة بسلامة السياح وأمنهم .

مما سبق يتضح أن إدارة الأزمة يتطلب اتخاذ وإتباع مجموعة من الخطوات تتمثل في التصور السابق كمدخل للتعامل مع الأزمة الإرهابية ضد السياح ، وإتباع مجموعة من الخطوات لمتابعة سير الأزمة وإدارتها ، واتخاذ الإجراءات التي تؤدي إلى عودة السياحة إلى معدلاتها السابقة .

خلاصة القول إن من المهم في نهاية هذه الدراسة أن نشير إلى أن هذا النموذج لإدارة الأزمة في مجال صناعة السياحة ، يعبر عن تصور للتعامل مع الأزمة الناتجة عن عمل إرهابي ضد السياحة .

الفصل الرابع

العولمة وانعكاساتها في صناعة السياحة

الفصل الرابع
العولمة وانعكاساتها على صناعة السياحة[١]

مقدمة:

للعولمة بأبعادها المختلفة أثر واضح في السياحة العالمية وبخاصة ما أفرزته من تقنية متقدمة ممثلة في المعلومات وثورة الاتصالات والمواصلات، وأثر ذلك على تيسير سبل السفر والسياحة للمسافرين والسياح . والجانب الاقتصادي للعولمة وما شهده من تدفق لرؤوس الأموال وزيادة في حجم الاستثمار العالمي مثَّل بيئة خصبة للاستثمار في صناعة السياحة، مما سهل وجود مقومات السياحة بأنواعها المختلفة ، وقد هيأ ذلك بيئة مناسبة أمام زيادة عدد السائحين على المستوى العالمي .

---

(١) كن الرجوع إ :

١- د. عادل عبد ا ق الكر دوسي ، الأمن وا ياة ، العدد ٢٩٨ ، ربيـع الأول ، ١٤٢٨ هـ ـ ، الرياض .

٢- د. باسم غدير غدير ، الفجوة التقنية وقيادة العا ، دار ا رساة ، ٢٠٠٦ ، ص٥٢ .

٣- مصطفى يوسف كا ، السياحة الدولية عصب الاقتصاد العا ي ، دار الفرات، نيـار ، ٢٠٠٥ ، ص٢٠٨ .

٤- د. ي مد مسعد ، التنظيم الدو للسياحة ب الفكر والواقع ، جامعة الإسـكندرية ، ط١ ، ٢٠٠٦ ، ص١٣٢ .

٥- الر اوي حسـ ، مدخل إ السياحة والاستجمام والتـ ه ، دار التقدم ، عمان ، ص٨٢ وما بعد .

٦- د. إ اعيل شعبان ، ا شكلات الاقتصادية ا عاصرة ، مطبوعـات جامعـة حلـب ، ١٩٩٣ ، ص٢٣٥-٢٣٦ .

٧- إيغور أوايا تشيف ، الإنسان والبيئة الطبيعية ، الآلة ، الإنسان) ، دار مـ للطباعـة والنشـر ، ١٩٨٥ .

٨- موعة ا ؤلف ، ا واصلات الوطن العر ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط١ ، بـ وت ، ١٩٨٢ ، ص٣٠٦ .

انطلاقاً من ذلك تأتي أهمية إلقاء الضوء على العولمة وعلاقتها بالسياحة وآثارها الإيجابية على صناعة السياحة ، ودعم أنشطتها كمدخل لزيادة حجم السياح .

■**فالسياحة تعني** : الانتقال من بيئة الإنسان ومحيطه الدائم إلى بيئة أخرى من أجل العظة والعبرة والتعليم والترفيه وصرف المدخرات .

■**أما العولمة** : فقد نجمت عن توسع وانتشار حقائق مادية وتطورات تاريخية معاصرة تحققت في الواقع على نطاق عالمي ، ولا تعّد نتاج نظريات متبلورة أو بنية معرفية منظمة .

ومن أبرز التطورات العلمية التي أنتجت ظاهرة العولمة تطوران رئيسيان :

- ثورة التقدم التكنولوجي في مجال المعرفة والاتصال والمعلومات .
- ونمو اقتصادي رأسمالي غربي وتحوله في الواقع إلى اقتصاد يسيطر على العالم ، من خلال شركات هائلة متعددة الجنسيات ، وعلى هذا الأساس فإن العولمة تشير إلى التداخل الواضح لظواهر الاقتصاد والاجتماع والسياسة والثقافة والسلوك دون تقيد يذكر بالحدود السياسية للدول ذات السيادة ، أو دون انتماء إلى وطن محدد أو دولة معينة ودون حاجة إلى إجراءات حكومية ورسمية .

وإذا كانت العولمة تشكل اختياراً اقتصادياً للحدود الجغرافية بما تمثله من اندماج اقتصاديات دول العالم في شبه سوق عالمية تتحرك فيه رؤوس الأموال والسلع والخدمات بحرّية ، وتقل فيه السلطات الرقابية للحكومات ، فإنها أيضاً تشكل اختراقاً ثقافياً واجتماعياً للحدود القومية بما تمثله من غزو ثقافي للقيم والعادات يأتي عبر ثورة المعلومات والاتصالات والأقمار الاصطناعية والانترنت ، تحت عنوان عريض هو " الانفتاح الثقافي " .

وتحول الإعلام إلى أداة محتكرة بيد مجموعة من الأشخاص يرسمون الحدث قبل وقوعه ، ويخلقون القيم والأخلاقيات التي تتناسب مع مصالحهم ، فأشخاص مثل تيد تيريز أو روبرت مردوخ هم من يحكم العالم من كاميرات التلفزيون ، وشركة ديزني هي التي تصنع طفولة الأطفال بقيم مثل الجنس والعنف والانتهازية.

وقد تمكن الإنسان ـ بهذه الطفرة ـ من اختراق الفضاء الخارجي ، وغزوه بأحدث ما توصلت إليه تكنولوجيا العصر .

لقد استحوذت العولمة على أوسع اهتمام في أدبيات العالم العربي ، الاقتصادية والثقافية والسياسية والتربوية والإعلامية والتكنولوجية ، وسيتضاعف هذا الاهتمام في القرن الحادي والعشرين ، الذي ستصبح العولمة من أبرز مظاهره ، والأكثر تأثيراً على بلورة ملامحه وقسماته وتضاريسه .

وتشير التطورات الدولية خلال عقدي الثمانينات والتسعينات من القرن العشرين، وبداية القرن الحادي والعشرين ، إلى أنه يوجد بعض الأدوات المستخدمة في تدعيم سياسات العولمة ، تتمثل في صندوق النقد الدولي ، والبنك الدولي ، ومنظمة التجارة العالمية ، والشركات متعددة الجنسية ، وما أفرزته ثورة المعلومات والاتصالات وبخاصة شبكة المعلومات الدولية والانترنت .

ويشير مصطلح العولمة الاقتصادية إلى تحول العالم إلى منظومة من العلاقات الاقتصادية المتشابكة ، التي تزداد عمقاً وتشابكاً بسيادة نظام اجتماعي واحد في العالم كله تقريباً ، حيث تتبادل كل أجزاء العالم الاعتماد على بعضها ، فيما يتعلق بكل من الخامات والسلع والأسواق ورؤوس الأموال والعمالة والخبرة الفنية ، فلا قيمة لرؤوس الأموال دون استثمارات وخبرة متطورة وعمالة ، ولا قيمة للسلع دون أسواق لاستهلاكها .

وبالتالي يمكن القول إن العولمة في جانبها الاقتصادي تستهدف إدارة الاقتصاد العالمي من خلال ثلاث مؤسسات دولية ، هي : صندوق النقد الدولي ، ومجموعة البنك الدولي للإنشاء والتعمير ، ومنظمة التجارة العالمية ، والعولمة كمفهوم اقتصادي أخذ أبعاده في المرحلة الراهنة بانتصار القوى الرأسمالية الرئيسية في العالم بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية على خصومها في الحرب الباردة .

لقد انتهت هذه المواجهة كما يعرف بانهيار الاتحاد السوفييتي وسقوط كافة الأنظمة الاشتراكية في دول أوروبا الشرقية ، إذ بعد انهيار الاتحاد السوفييتي عمد المنظرون الأمريكيون دعاة الهيمنة الأمريكية على العالم إلى تسمية الأشياء بأسمائها ، وطرح شعار " الإمبراطورية الأمريكية " والمناداة بأن " القرن الحادي والعشرين سيكون أمريكياً " ، ولم يتردد بعضهم في رفع الالتباس الذي أضفاه

كتّاب " معتدلون " على مفهوم " الإمبراطورية الأمريكية " بهدف نزع الطابع الامبريالي منه ، فصرحوا بكل وضوح بأنه لا مانع من استعمال لفظ " الامبريالية " .

إن معظم " المحللين الأمريكيين " الذين يؤسسون لصنع القرار لا يرون مانعاً من الكلام عن " السياسة الامبريالية " التي يجب أن تسلكها الولايات المتحدة خلال القرن الواحد والعشرين لتحقيق هيمنتها على العالم ، يلاحظ السيد Ainsi M. Irving Kristal أن قيام إمبراطورية أمريكية هو أمر يجري بشكل طبيعي ، فلا تحتاج المسألة إلى إكراه ، حيث يقول : " في يوم قريب سيمتلك الشعب الأمريكي وعياً بكونه صار أمة إمبراطورية .... لقد حصل هذا لأن العالم أراده أن يحدث " مفسراً ذلك بأن " قوة عظمى يمكن أن يتطور بها الأمر بالتدريج إلى القيام بمسؤوليات دون أن تكون قد سعت إليها بصورة مسبقة " .

والعولمة مزيج مركب من عمليات تعمل في الغالب الأعم بأساليب متناقضة ، وتنتج عنها نزاعات وتحزبات حادة وأشكال جديدة من التآلفات الطبقية .

إن التطورات التي يشهدها العالم الآن في ظل ما يسمى بالعولمة : التطور التكنولوجي (ثورة المعلومات والاتصالات) ، والتطور الاقتصادي (تحرير الاقتصاد وانتقال السلع والخدمات ورؤوس الأموال والعمال) ، والتطور السياسي (العنف والإرهاب السياسي) ، والتطور الاجتماعي والثقافي (ازدياد التفاوت بين الطبقات الاجتماعية ، والصراع بين الأصالة والمعاصرة)، قد صاحبها ظهور أنواع جديدة من الجرائم : جرائم التجارة الالكترونية ، أشكال حديثة للغش التجاري ، تزوير بطاقات الائتمان ، الاعتداء على الأمن البيئي ، كبر حجم وتنوع أشكال الجريمة المنظمة ، الاعتداء على القيم الدينية من خلال ما يعرض من أفلام عبر القنوات الفضائية وشبكة الانترنت ، جرائم الاحتيال والتلاعب بالبيانات عبر الشبكة الدولية للمعلومات ، وقرصنة برمجة الكومبيوتر ، جرائم غسيل الأموال المتحصلة بطرق غير مشروعة ...... الخ .

هذا التطور في أشكال الجرائم الحديثة ، يستلزم تطوير الثقافة الأمنية المتخصصة ، وهذا التطور يقتضي إعادة النظر في صياغة البرامج التعليمية والتدريبية المطبقة في المؤسسات التعليمية الشرطية ، وأن يشترك فيه المعنيون بالأمر،

الأكـــاديميون ورجـــال الأمـــن ، ورجـــال الأعمـــال والفنيـــون في مجـــال الاتصـــالات والمعلومات، والأجهزة المصرفية وغيرها .

لقد آن الأوان وفي ظل التحول من الجريمة التقليدية إلى الجـرائم الالكترونيـة أن تضــيف الشـــرطة وظـــائف أخـــرى إلى جانـــب وظيفتهـــا التقليديـــة (البوليســـية أو العسكرية) ، وظائف تحقق الدور الاجتماعي ، والدور العلمي والثقافي للشرطة .

وللعولمـة انعكاسـات أمنيـة إيجابيـة بوصـفها تقـدم تقنيـة حديثـة وأدوات ووسـائل متقدمـة تفيـد في مجـال مكافحـة الجريمـة والتصـدي لهـا ، وأيضـاً لهـا انعكاسـات سلبية مباشرة تعمل على زيادة الجريمة وتزيد من تمكـن أصحابها مـن فنـون ووسـائل ارتكابها والتخفي أو الهروب بعد ارتكابها ، مـن هنـا تكمـن الانعكاسـات الأمنيـة السلبية للعولمة في :

١- سـيطرة الشـركات عـابرة للقـارات علـى الاقتصـاد العـالمي أدى لسـرعة تـأثر الأسواق الداخلية بالأزمات الاقتصادية والمالية .

٢- ازدياد معدل وجود وانتشار أنواع معينة من **الجرائم** الـتي تقـوم بهـا العصـابات المنظمة لعمليـات التهريـب عـبر الـبلاد سـواء أكـانت لبضـائع مسـموح بتـداولها ولكـن عبر المرور علـى إجـراءات إداريـة وماليـة معينـة ، أو لبضـائع يمنـع حيازتهـا وتـداولها إلا وفق شروط معينة كتهريب المخدرات والأسلحة بأنواعهـا ، وكـذلك ازديـاد عمليـات تزويـر المسـتندات والآثـار واللوحـات والأعمـال الفنيـة ذات القيمـة العاليـة، وذلـك باسـتغلال مـا تتيحـه تقنيـة الكمبيـوتر والاتصـال عـبر الـدول مـن إمكانـات لم تكـن تتوافر من قبل .

٣- ظهور أنواع جديدة من الجرائم ذات الصفة الاقتصادية .

٤- تنامي نشاط جرائم العصابات المنظمة .

فالعولمة بجوانبها المتعددة لها كثير من التأثيرات سواء أكانت إيجابية أم سلبية، وبخاصة على الجانب الأمني ، إلا أنه يمكن من خلال التعاون بـين دول العـالم إيجـاد المنـافع بقـدر أكـبر مـن الشـفافية وتحقيـق المصلحة المشـتركة ، وعنـد حـديثنا عـن

العولمة السياحية تشير إلى **الانعكاسات الأمنية الإيجابية للعولمة وهي انعكاسات تتمثل في :**

زيادة فرص وإمكانات التعاون الأمني في مجال نقل الخبرات والمعلومات المسجلة عن المجرمين ، كذلك زيادة عقد الاتفاقيات الأمنية والمؤتمرات العلمية في المجال الشرطي ، وزيادة التعاون بين أجهزة الشرطة في مختلف الدول لملاحقة المجرمين ، ومقاومة العصابات الدولية والجريمة المنظمة والجماعات الإرهابية ، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة تقارب أنماط وأساليب الشرطة في مقاومتها للجريمة عبر الدول ، وزيادة اعتمادها على الإمكانات العلمية والتكنولوجية وتبادلها بينها .

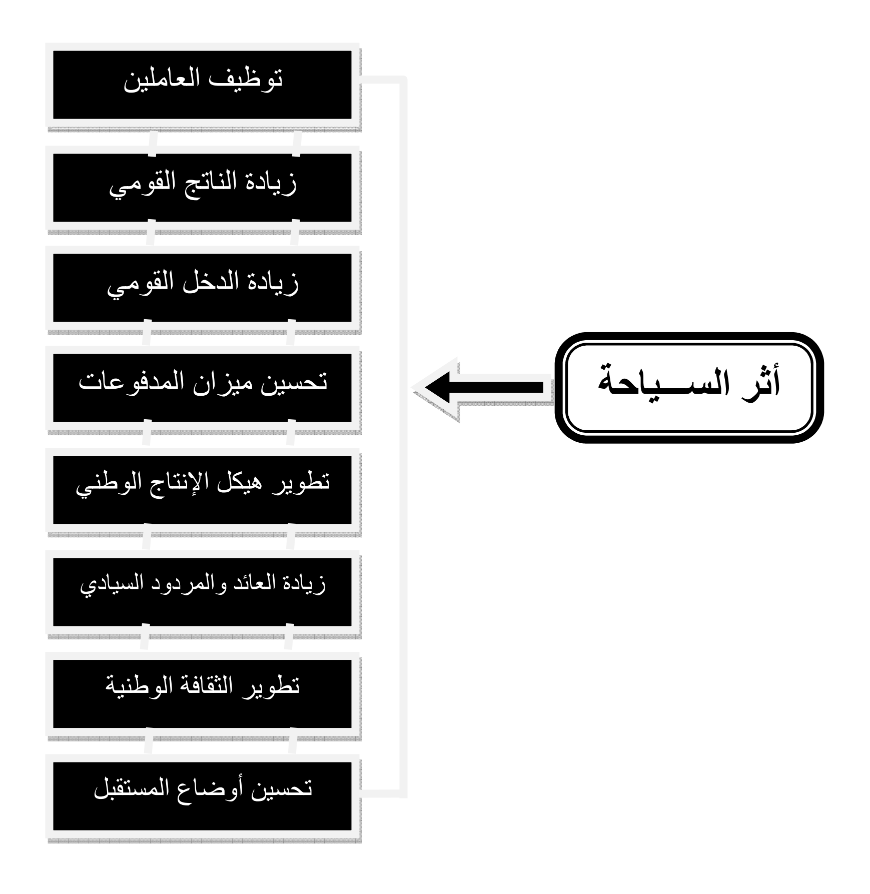
زيادة الحس والوعي الأمني لدى المواطنين نتيجة لكثافة نقل أخبار الجريمة بأنواعها المختلفة وأيضاً زيادة الوعي الثقافي والتعليم عموماً لديهم ، الأمر الذي يجعلهم على علم ودراية أكثر بأخطار الجرائم وأساليبها كما يزيد من تأثيرهم بنتائجها وهو ما ينعكس على زيادة تعاونهم مع جهات الأمن ، ومن ناحية أخرى تؤدي إلى زيادة حذرهم وحيطتهم أثناء تعاملهم مع الغرباء .

وفي الأدبيات الغربية فإن العولمة تعني زيادة درجة الارتباط المتبادل بين المجتمعات الإنسانية من خلال عمليات انتقال السلع ورؤوس الأموال ، وتقنيات الإنتاج ، والأشخاص والمعلومات . والعولمة تجاوزت الحدود الإقليمية للدول إلى العالم بأسره في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية والقانونية والإنسانية مُحفزَّة بقوة الاقتصاد ومدفوعة بالتقنية الرقمية في مجال الحاسب والاتصالات ، حيث ظهر نظام ثقافي عالمي يرى أن الثقافة العالمية ولدت بسبب أنواع من التطورات الثقافية الاجتماعية مثل وجود الأطباق الفضائية وظهور نمط عالمي للاستهلاك السلعي ، وانتشار نمط عالمي للباس والرياضة والسياحة العالمية .

وتعد السياحة من أبرز وسائل العولمة وأدواتها ، لأن العولمة بجميع جوانبها ومكوناتها ومقوماتها وأبرزها التكنولوجية والمعلوماتية استطاعت تقليص عاملي الزمان والمكان من خلال السرعة واختصار الوقت واختزال الجغرافيا ، لذلك أصبحت السياحة أسرع وأيسر وأسهل من أي وقت مضى .

أثر العولمة في السياحة :

وللعولمة أثر في السياحة كغيرها من الأنشطة الإنسانية لتصبح اليوم أهم ظاهرة اقتصادية يشهدها العالم ، أي إن السياحة ضرورة في عالمنا المعاصر ، فهي جسر عابر وناقل من خلال عبور الاقتصاد الوطني ، بل والعالمي، من وضع معين إلى أوضاع أفضل وأرقى وأحسن ، كما يظهر الشكل التالي :

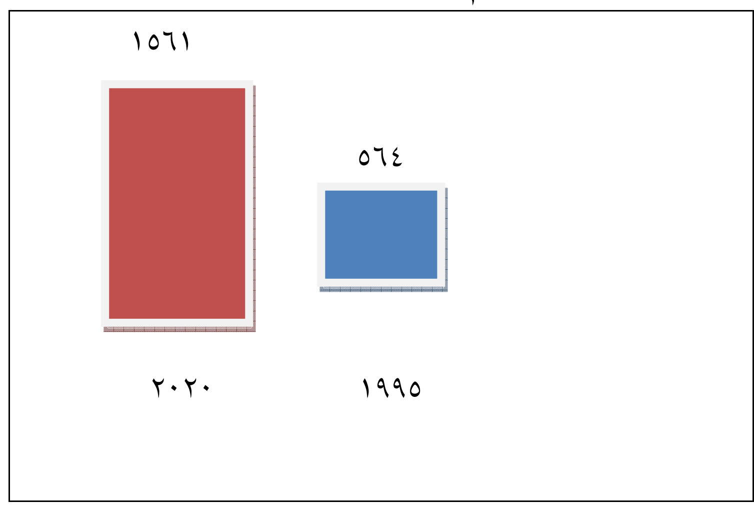


كما تشير الدلائل إلى أن عدد السياح المتوقع تنقلهم بين أماكن مختلفة من العالم سيرتفع من (564) مليون سائح عام 1995 إلى (1561) مليون سائح عام

2020 أي بزيادة سنوية قدرها (4.3 %) كما يوضح من الشكل التالي تدفق السياح بين عامي – 2020 1995.

شكل رقم (١) تطور تدفق السياح

في العالم للفترة من ١٩٩٥ وحتى ٢٠٢٠



وتعتبر السياحة بنوعيها الدولية والداخلية أكبر صناعة في العالم ، حيث بلغ حجمها الإجمالي ٤،٣ تريليون دولار أمريكي عام ١٩٩٥ م ، وتستخدم بصورة منتظمة ما لا يقل عن 225 مليون شخص ، وتنتج ما يقدر بنسبة 11 ،2 ٪ من الناتج الإجمالي العالمي ، وقد ساهمت في عام ١٩٩٥ بما لا يقل عن ٦٣٧ بليون دولار أمريكي في إيرادات الضرائب الحكومية ، وقدرت الاستثمارات في مشروعاتها الجديدة في ذلك العام بحوالي ٦٩٣ بليون دولار أمريكي.

أصبحت السياحة أكبر صناعة يشهدها العصر (صناعة بلا مداخن) (بترول القرن الحادي والعشرين) .... الخ ، ووفرت العديد من الفرص الوظيفية غير المسبوقة ، وهذه الأهمية لصناعة السياحة جعلها تتطلب قدرات ومهارات ربما لم تكن تتطلبها سابقاً ، وبالتالي أدت إلى زيادة المسؤولية على برامج التعلم والتدريب السياحي لتستجيب للتحويلات السريعة والمتلاحقة التي تطرأ على صناعة السياحة والتقنية المستخدمة فيها ، واحتياجات العملاء ومتطلبات العصر .

ومن مزايا العولمة :

١- انفتاح الأسواق المحلية على بعضها لتصبح سوقاً عالمية واحدة.

٢- تسريع تطبيقات التقنية الحديثة في شتى المجالات .

٣- سرعة الوصول إلى المعلومات التي يحوزها الآخرون وتوظيفها لأغراض متعددة .

ويلاحظ أن العولمة وما أثرت به من زيادة التبادل الاقتصادي والثقافي والاجتماعي بين بلدان العالم ، وزيادة دوران رؤوس الأموال ، والتقدم التقني ، ساعد على سهولة السفر والاتصال بين بلدان العالم وشعوبها ، والعولمة السياحية هي أحد الأبعاد الرئيسية للعولمة الكونية ، إذ إن أهم سمات العولمة التقدم الهائل في الاتصالات والمواصلات اللذين مكنا من سرعة انتقال البشر إلى أي مكان في العالم.

ولا شك أنه في زمن العولمة سوف تتزايد معدلات الجرائم السياحية بما توفره العولمة من تسهيلات للإنسان ، ونظراً للغموض الذي اكتنف مفهوم العولمة حيث تداخلت المفاهيم بالمصطلحات الثقافية والسياسية والعسكرية والاقتصادية ، فقد اختلف المفكرون والكتاب حول مفهوم العولمة ، وظهرت وجهات النظر المتباينة .

والسياحة المعاصرة على كل المستويات المحلية والإقليمية والدولية ، في ظل العولمة ، يتهددها ويعوق حركتها وانسيابها الكثير من الأخطار والمعوقات ، لذا فإن الأمن هو شرط بقائها ونموها الأساسي .

ولقد أثرت العولمة إيجابياً على السياحة من خلال سعيها لدمج العلاقات الاقتصادية وزيادة التدفقات بين بلدان العالم والتقدم في مجال المواصلات والاتصالات ما سهل تنقل الأفراد بين دول العالم .

كما أنه من الصفات الرئيسية للنشاط السياحي في القرن الحادي والعشرين هي:

١- ستأخذ العمليات السياحية المختلفة الصفة العالمية ، وذلك لإزالة الحواجز النفسية والحدودية واللغوية بين سكان الأرض ، مثل (الجماعة الاقتصادية الأوروبية) .

٢- سيكون للتقنية الحديثة دور قوي في تحديد الأماكن التي سيزورها السياح في أقاليم العالم المختلفة خاصة إذا كانت تلك الأقاليم تتمتع بتقنيات مثل (الدول الصناعية ، أمريكا ، أوروبا ، اليابان ، .... الخ) .

٣- ستتميز العمليات السياحية المختلفة بالسرعة في النقل والخدمات .

٤- سيلجأ سكان الكرة الأرضية إلى استخدام شبكة الانترنت في تسوقهم السياحي ، وفي اختيارهم للفنادق والخدمات السياحية المختلفة، وسيبحث السياح عن مناطق المغامرة والاستكشاف .

٥- سيتطور الوعي البيئي عند سكان العالم .

٦- سيتجه نظر المهتمين بالسياحة إلى أبعد من حدود الأرض، وسيتطلعون إلى ولادة السياحة الفضائية .

هناك، بالإضافة لعوامل العولمة المؤثرة في السياحة، مجموعة من العوامل الأخرى المؤثرة أيضاً في السياحة في الربع الأول من القرن الحادي والعشرين ، نذكر منها ما يلي:

١- العامل الاقتصادي :

- استمرار النمو الاقتصادي العالمي وبروز أقاليم اقتصادية عالمية جديدة ، مثل شرق آسيا ، والصين والهند ، والبرازيل ، وأندونيسيا ، وروسيا .....
- تحقيق الانسجام بين العملات المختلفة بدول العالم ، مثل (التعامل الأوروبي بالعملة الأوروبية الموحدة " اليورو ") مما ينعكس ذلك على السياحة الدولية في جوانب عديدة .

٢- عامل التقنية:

تطور تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الإرسال والاستقبال فيها وكذلك تطور وسائل المواصلات المختلفة وهذا ما ساعد على :

- التقريب الجغرافي بتقليل المسافات الجغرافية بين الشعوب وتعريفها ببعضها البعض أكثر فأكثر ، مما جعل الكرة الأرضية قرية كونية صغيرة ، تتضاءل أبعادها يوماً بعد يوم .

- التقريب البشري ، بربط أجزاء العالم القريبة والبعيدة منها ببعضها البعض وبكل سرعة ، فمثلاً تنقل طائرات (الجامبو) الأمريكية (747) لشركة PANAM لوحدها وبمعدل (400) مسافر على الطائرة الواحدة في الرحلة الواحدة ولذلك تزداد الطلبات على الطائرات المدنية بشكل كبير .

- تطور التكنولوجيا المصرفية ، سواء للتبديل ، أو المحاسبة ، أو الصرف ، أو الحفظ ، أو التمويل ...... الخ .

- كذلك الربط التجاري السريع .

- الربط الإعلامي والاتصالي .

- تعريف الشعوب بمستويات بعضها العلمية والتكنولوجية ، والفنية والطبية والسياحية ..... الخ ، عن طريق مستوى السلع المصنعة لدى كل منها ومبادلتها في أسواق الشعوب السياحية الأخرى .

- كما أن تطور المواصلات وخاصة الحديدية المكهربة لها آثار إيجابية في تطوير السياحة الدولية سواء أكان اقتصادياً ، اجتماعياً ، ثقافياً ، حضارياً ، وبيئياً ، وسياسياً ، ...... الخ .

والمواصلات في عصرنا بالغة الأهمية وقد قال عنها أحد المفكرين " **أن هناك ثلاثة عوامل تخلق أمة عظيمة وتبعث فيها الرخاء والازدهار ، وهي تربة خصبة ومعامل منتجة وجهاز نقل كفء** " .

ويقول لينين: " **على الاقتصادي أن ينظر في اتجاه التكنولوجيا ، وإلا سيكون متخلفاً لا محالة**" .

٣- عامل السياحة المستدامة والبيئة :

والتي تعني قابلية المكان السياحي للبقاء في ساحة المنافسة تجاه الجديد في عالم السياحة الذي يتمتع بقوة جذب محبي الاستطلاع وقابلية البقاء لأمد طويل الأجل محافظاً على المزايا الثقافية ومتوازناً مع البيئة بكافة عناصرها .

٤- عامل الصحة والسلامة :

من المواضيع الهامة التي تهم المسافرين الدوليين ، كما أن الأمن وسلامة السائح يُعدّا من المواضيع الهامة جداً بالنسبة للمسافر والسائح الدولي .

٥- العامل السكاني :

ازدياد أعداد فئة كبار السن من سكان العالم ، تراجع تطلع الإنسان في الغرب إلى امتلاك مسكن (بيت) دائم مما يؤدي إلى توفر أموال أكثر بيد الفرد لإنفاقها في السياحة ....

٦- العامل السياسي :

قيام كثير من دول العالم بإلغاء القيود المفروضة على السفر فيما بينها ، مما سينعكس إيجاباً على دعم وتنمية السياحة الدولية .

٧- الوعي الاجتماعي والبيئي والحضاري للقضايا البيئية :

أي ضرورة اعتبار أن الأرض بيت جميع المخلوقات الحية التي تعيش عليها ولها جميعاً حق المشاركة في الحياة الطبيعية عليها ، وإن الإخلال بتوازنها هو إخلال بتوازن الحياة يقول جان جاك روسو : " عودوا إلى الطبيعة فإنكم تجدون فيها جذوركم ".

٨- العامل الثقافي التاريخي الإعلامي : الذي يزيل الحواجز النفسية بين الدول .

بفضل ما تقدم يمكننا القول إن العولمة بأبعادها المختلفة كأحد العوامل المؤثرة في السياحة وما ارتبط بها من تقدم تقني وزيادة انتشار شبكة المعلومات الدولية والانترنت واتجاه حجم المشتركين فيها للزيادة على المستوى العالمي قد ساعدت على زيادة تعريف الأفراد بالعالم ومثّلت أحد أسباب زيادة السفر والسياحة بين بلدان العالم .

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

الفصل الخامس
النتائج والتوصيات

وسأعرض فيما يلي للنتائج التي توصلت إليها الدراسة :

- إن النشاط السياحي يعد مصدراً رئيسياً للدخل القومي ومصدراً للعملات الصعبة بكافة الدول الآن ، لا سيما مع وجود العديد من صور هذا النشاط التي تتوافر كل مقوماتها أو البعض منها بالغالبية العظمى من دول العالم .

- وجود عدد من الأنظمة والتشريعات الدولية التي تنظم الأنشطة السياحية ، وتعمل على حماية السائح وحماية المنشآت السياحية ، وحماية المواقع الأثرية والحضارية الوطنية .
- خضوع السائح للعقوبة في الدولة التي يرتكب فيها الجريمة السياحية إعمالاً لمبدأ السيادة الإقليمية والاتفاقات الدولية .
- حماية الضرورات الخمس للسائح ، نفسه وعرضه وماله وعقله بموجب أحكام الشريعة الإسلامية بوصفه مواطناً إذا كان مقيماً في إقليم الدولة ، ومستأمناً إذا أتى من بلاد أجنبية .
- حماية خصوصيات السائح وحريته الشخصية وعدم امتهان كرامته .
- تأمين المنشآت والمرافق السياحية بوضع الضوابط الأمنية والإجراءات التي تمنع وقوع الجريمة .
- تأمين المواقع السياحية الأثرية والحضارية بوضع الضوابط الأمنية التي تكفل سلامتها من العبث الآدمي والتأثيرات الطبيعية .
- حماية السائح بوضع التشريعات والإجراءات الأمنية التي تمنع الاعتداء على نفسه وماله وعرضه .
- استغلال بعض العصابات الإجرامية الدولية للسياح لتهريب وترويج المخدرات ، وممارسة الدعارة بهدف الربح السريع .

- ضعف التشريعات القانونية في توفير الحماية الكافية للمناطق والمرافق والمواقع السياحية .

- عدم وجود مفهوم جامع مانع للإرهاب حتى الآن سواء بين الدول على المستوى العالمي أو بين المنظمات والهيئات وواضعي النصوص التشريعية أو بين الفقهاء والباحثين .

- إن الاختلاف في وضع مفهوم محدد للإرهاب يرجع للتباين الواضح بين المصالح السياسية والأمنية والاقتصادية للدول ورغبة كل منها في تبني مفهوم لا يتعارض مع هذه المصالح بل ويمكن أن يؤدي إلى الاستفادة منه في تحقيق هذه المصالح بدرجة أكبر .

- وجود العديد من السمات للإرهاب والتي يستدل منها على خطورته الداهمة وآثاره وانعكاساته بالغة الخطورة على المجتمعات والأنشطة القائمة بها .

- وجود أكثر من نمط للإرهاب مما يعني تهديده للكثير من الأنشطة السائدة بالمجتمعات وأيضاً للمعتقدات التي تتبناها وللنظم الاقتصادية والاجتماعية السائدة بها .

- إن الانعكاسات السلبية للإرهاب لا تقتصر على جانب واحد من جوانب النشاط السياحي بل تمتد لتشمل كافة الجوانب ذات العلاقة به ، ومثال ذلك المقومات البشرية لهذا النشاط والبنية الأساسية له ، والعائد المادي من جراء ازدهاره ورواجه ، وأيضاً مجالات أو صور الاستثمار به وأخيراً فيما يتعلق بالصناعات المغذية له سواء كانت من الأنماط الحديثة أو التقليدية .

أما التوصيات فهي كما يلي :

- ضرورة إزالة التضارب بين الأنظمة والقوانين التي تحكم النشاط السياحي وإقامة المرافق السياحية .

- دعم الأجهزة الأمنية بالكفاءات البشرية والموارد المادية التي تمكنه من حماية المواقع السياحية والمرافق التي تأوي السياح .

- ضرورة نشر التوعية الأمنية بين موظفي الفنادق لرفع حسهم الأمني لمراقبة المشتبه بهم ومنعهم من ارتكاب الجرم المحتمل .
- ضرورة الاهتمام بأمن السياح الشخصي والمحافظة على ممتلكاتهم وأنفسهم منذ دخولهم البلاد وحتى مغادرتهم .
- إعداد نشرات ومطويات باللغة العربية واللغات الأجنبية تحوي الإجراءات والاحتياطات التي يجب على السياح إتباعها منعاً لوقوع الجريمة وخاصة الجريمة السياحية .
- زيادة اهتمام وسائل الإعلام بالنشاط السياحي لرفع الوعي السياحي لدى المواطنين ولجذب السياح الأجانب لزيارة البلدان العربية والإسلامية .
- تدريب الكوادر الوطنية على وسائل الحماية والوقاية ومكافحة الجرائم السياحية .
- الاهتمام بالشكاوى التي يقدمها السياح لسد الثغرات القانونية التي تبرزها تلك الشكاوى
- رفع كفاءة الأجهزة الأمنية والأمن السياحي ، والحراسات الأمنية الخاصة بالمنشآت السياحية من خلال التدريب والتأهيل على أساليب مكافحة الجريمة المنظمة والجرائم الإرهابية .

- ضرورة قيام المجتمع الدولي من خلال هيئاته ومنظماته ومؤسساته المختلفة بحل الصراعات والمشكلات الدولية والإقليمية والمحلية التي تعد عاملاً رئيسياً في زيادة تيار الإرهاب وانتشار أفعاله التدميرية ذات الأثر الضار بالنشاط السياحي .
- ضرورة وضع سياسة إعلامية تهدف إلى زيادة الوعي لدى كافة فئات المجتمع بمدى أهمية النشاط السياحي ومساهمته في كافة مجالات التنمية وبيان المخاطر التي تهدده بما يؤدي إلى قيام هذه الفئات بنبذ أية أفكار أو أعمال تدعو إلى مساندة أفعال إرهابية وسرعة الإبلاغ عن المحرضين عليها أو القائمين بها والعمل على الحفاظ على هذا النشاط ومقوماته وركائزه المختلفة .

- وضع الاستراتيجيات الهادفة إلى تعظيم الاستفادة من المجالات المختلفة التي يوفرها النشاط السياحي في خلق فرص العمل التي تكفل الاستفادة بأكبر قدر ممكن من الطاقات البشرية لأبناء المجتمع مما يقلل نسب البطالة بينهم التي تدفع إلى سلوك طريق الإرهاب أو الجريمة أو مساندة القائمين بهذا الأمر .
- دعوة المجتمع الدولي إلى تبني سياسة أمنية دولية تهدف إلى حماية مقومات النشاط السياحي وركائزه المختلفة ودفع المخاطر والمهددات التي يشكلها الإرهاب على هذا النشاط .
- عقد المؤتمرات والندوات الدولية بهدف حسم الخلاف حول تحديد مفهوم الإرهاب بما يساعد على وجود آلية عمل دولية مشتركة للوقاية منه ومكافحته مع العمل على التوصل إلى الآليات التي تكفل الاستفادة الكاملة من كافة مقومات النشاط السياحي المتوافرة على النطاق الدولي أو الإقليمي وهو الأمر الذي يعود بالنفع على المشاركين في هذا الأمر ويزيد من فاعلية الإجراءات المتخذة لمواجهة التصدي للأعمال الإرهابية والأفكار الداعية لها .

ومن خلال هذه النتائج والتوصيات التي ذكرتها أقترح ما يلي :

١- إنشاء منظمة عربية للسياحة تعنى بتوحيد الجهات الإشرافية ، وتوحيد الأنظمة والقوانين والأحكام التي تعنى بالسياحة .

٢- الدعوة لقيام مؤتمرات وندوات بهدف التوعية الأمنية بالجرائم السياحية وكيفية مكافحتها

٣- تبادل الخبرات الأمنية في مكافحة الجريمة السياحية على المستوى المحلي والإقليمي والدولي .

المراجع باللغة العربية

١- أ. مصطفى يوسف كافي ، السياحة الدولية عصب الاقتصاد العالمي ، دار الفرات، نينار ، ٢٠٠٥.

٢- أ. مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات السياحة، سلسة دار الرضا، دمشق، ٢٠٠٨.

٣- أ. مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتجية،دار الفراد- نينار ٢٠٠٥

٤- د. محي محمد مسعد ، التنظيم الدولي للسياحة بين الفكر والواقع ، جامعة الإسكندرية ، ط١ ، ٢٠٠٦.

٥- الريحاوي حسين ، مدخل إلى السياحة والاستجمام والتنزه ، دار التقدم ، عمان.

٦- د. إسماعيل شعبان ، المشكلات الاقتصادية المعاصرة ، مطبوعات جامعة حلب، ١٩٩٣.

٧- إيغور أوايا تشيف ، الإنسان والبيئة الطبيعية ، الآلة ، الإنسان) ، دار مير للطباعة والنشر ، ١٩٨٥ .

٨- مجموعة المؤلفين ، المواصلات في الوطن العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط١ ، بيروت ، ١٩٨٢.

٩- د. باسم غدير غدير ، الفجوة التقنية وقيادة العالم ، دار المرساة ، ٢٠٠٦ .

١٠-د. أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة،٢٠٠٧.

١١-الحسن، حسن، السياحة صناعة وعلاقات عامة ـ الدار اللبنانية للنشر والعلاقات العامة، بيروت، ط ١ ، ١٩٧٨.

١٢-كفافي، حسين، رؤية عصرية للتنمية السياحية للدول النامية، الهيئة المصري العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩١.

١٣-الخوري ، الياس - السياحة في لبنان والعالم . الطبعة الأولى ، بيروت،١٩٨٧.

١٤-موسى ، علي حسن - المناخ والسياحة . دار الأنوار ، دمشق١٩٩٧.

١٥-د. كامـل ، محمـود – السـياحة الحديثـة علمـاً وتطبيقـاً ((القـاهرة)) النهضـة المصرية للجامعة١٩٧٥.
١٦-د. محسن أحمد الخضيري، السياحة البيئية، مجموعة النيل المصرية٢٠٠٥ .
١٧-أ.د.أحمد بن سليمان صالح الربيش جرائم السياحة في ضوء الشريعة والقانون، ،ص٨٠.
١٨-د. عادل محمد خير.الجرائم السياحية في التشريع المصري، دار النهضة العربية، ط١٩٩٣، ٢م.
أسامة مجاهد ،مكافحة السياح الجنسية، ،دار النهضة العربية، القاهرة، ١٢٠٠٥م.
علي الحجني وآخرون، الأمن السياحي.
مدحت الشنواني ،أمن المنشآت الفندقية ،ص١٩٩.
أ. صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة، سلسلة دار الرضا، دمشق، ٢٠٠٤.
د . كامل ، محمود ـ السياحة الحديثة علماً وتطبيقاً، القاهرة ١٩٧٥.
أحمد الخضري، محسن أحمد ـ التسويق السياحيـ مدخل اقتصادي متكامل، مكتبة مدبولي، القاهرة ١٩٨٩.
د. غنيم، عثمان محمد - التخطيط السياحي والتنمية السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع.
د. عبد الوهاب، صلاح الدين- ١٩٦٧ - المنهج العلمي في صناعة السياحة، دار النشر للجامعات المصرية .
د. توفيق ، ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة ،١٩٩٧ ، دار وهران ،عمان
خربوطلي، صلاح الدين -٢٠٠٢ - السياحة صناعة العصر، دار حازم، دمشق .
الحمدان، سهيل -٢٠٠١- الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية – دار الرضا للنشر ، دمشق ط١ .
د. العائدي، عثمان، ٢٠٠٠ ،ندوة الثلاثاء الاقتصادي، آفاق السياحة في سورية .
الطائي، حميد عبد النبي- ٢٠٠٠ إدارة الضيافة ، مركز طارق للخدمات الجامعية، عمان – الإردن.

أ. محمد ربيع محمد إبراهيم، فن الإدارة الفندقية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤.
د. مثنى الخوري، د. اسماعيل محمد علي دباغ ، السياحة والسفر، مؤسسة وراء، عمان ، الإردن.
د. مثنى طه الخوري ، ود. إسماعيل محمد الدباغ، اقتصاديات السياحة، ط١، ٢٠٠٠ ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، ص١١٧ وما بعد
عبد الجوهري ، محمد ـ وحاج عمر ، نادر منهل ـ مدخل إلى التسويق السياحي
محمد ، الشيراوي ، عبد المنعم ـ ٢٠٠٢ ـ واقع وأفاق مستقبل السياحة في البحرين ، بيروت ، دار الكنوز الأدبية .
الحسن، حسن، السياحة صناعة وعلاقات عامة، الدار اللبنانية للنشر والعلاقات العام، بيروت، ط١ ١٩٧٨ م .
العنتيل، علي، فن تسويق السياحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ١٩٨٠.
ـ د. العلاق، بشير عباس ـ د. الطائي، حميد عبد النبي ـ ١٩٩٩ ـ تسويق الخدمات ـ مدخل استراتيجي ـ وظيفي ـ تطبيقي . دار وهران ، ط١ . ص ١٠٣ ـ ١٠٤
د. غنيم، عثمان محمد ـ التخطيط السياحي والتنمية السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع .
د. عبد القادر، مصطفى، ٢٠٠٣، دور الإعلان في التسويق السياحي، مجد للنشر والتوزيع، ط١ ، بيروت .

د.جليلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٦، .
(١)- العدوان ، مروان السكر – ١٩٩٤ – مضمون السياحة وأهدافها – سلسلة الاقتصاد السياحي ، الجزء الأول ، دار مجدلاوي ، عمان .
مكافحة جرائم السياحة، المركز العربي للدراسات الأمنية، الرياض، ١٩٨٦.
د.أديب خضور، اقتصاديات البيئة، وزارة الثقافة، دمشق ١٩٩٧. .
روبرت مكنمارا "جوهر الأمن" ترجمة يونس شاهين.

زوكة ، محمد خميس — صناعة السياحة من المنظور الجغرافي – الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٢.

د. مسعد ، محي محمد ، ٢٠٠٦ ، التنظيم الدولي السياحي بين الفكر والواقع ، ط١ ، مركز الإسكندرية للكتاب . .

عبود السراج، الوجيز في علم الإجرام وعلم العقاب، منشورات جامعة دمشق، ٢٠٠٠.

عادل محمد خير ، الجرائم السياحية في التشريع المصري.

أخطار السياح ، اللواء فؤاد علام ، مكافحة جرائم السياحة.

عبود السراج ، جرائم العرض والطلب ، ص٨٨ .

المواجهة الجنائية والأمنية لخطف الطائرات ، لخالد البشر.

جرائم الإرهاب وتطبيقاتها الفقهية المعاصرة ، لأحمد الربيش.

مكافحة الإجرام المنظم ، لفاروق النبهان.

طلبة الطلبة للنسفي. الحدود والأحكام الفقهية للبسطامي. التعريفات للجرجاني.

الظواهر الإجرامية المستحدثة وسبل مواجهتها ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية .

أ. د. أحمد بن سليمان صالح الربيش ، مرجع سابق ، جرائم السياح . بعد

عبد الحميد المجالي مفهوم الأمن السياحي في الإسلام .

التخطيط العلمي لتوجيه العمل الأثري ودوره في حماية الآثار ، لمحمد جمال الدين مختار.

عبد الوهاب عبد الرزاق التحافي ، الشرطة والأمن السياحي ، بحث غير منشور .

دلال يسما ، " ظاهرة الإرهاب: جذورها الفكرية والتاريخية" ، مجلة الدفاع الوطني ، العدد ٣٩، كانون الثاني، ٢٠٠٢.

المنجد في اللغة الإعلام، دار المشرق، بيروت، ١٩٧٥.

العميد . صلاح الدين عبد الحميد عبد المطلب، الإرهاب والنشاط السياحي، مركز بحوث شرطة الشارقة.

باكر المسفر - الأمن السياحي - بحث منشور ، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب (مكافحة جرائم السياحة) - الرياض - ١٩٩٢.

مدحت الشنواتي ، أمن المنشآت الفندقية ، بحث منشور بإصدار المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب (مكافحة جرائم السياحية) ، الرياض ،١٩٩٢ .

محمد فتحي عيد ، واقع الإرهاب في الوطن العربي.

مولاي علي العلوي ، مفهوم الأمن السياحي وأثره على الدخل الوطني ، بحث منشور بإصدار المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب (مكافحة جرائم السياحة) ، الرياض ، ١٩٩٢.

د. محسن أحمد الخضيري، إدارة الأزمات، مجموعة النيل العربية،٢٠٠٢.

الأمن والحياة، العدد(٢٩٨)-ربيع الأول١٤٢٨هـ.

يُنظر : جرائم البغاء لمحمد نيازي. مجلة الأسرة ، العدد ٦٣ ، جمادى الآخرة ١٤١٩ هـ ، . مجلة العربي ، العدد ٤٨٤ ، ذو القعدة ١٤١٩ هـ ، تحت عنوان " تايلاند النمر الآسيوي جريحاً " استطلاع محمد قنديل .

شروح، صلاح الدين، " السياحة علم ومن وثقافية " مجلة الجيل، بيروت المجلد ٢٠، العدد١١ ، تشرين الثاني ١٩٩٩.

أ. عبد الرحمن سليم، مجلة البحوث السياحية، العدد٧.

١٩-د. عادل عبد الحق الكر دوسي ، الأمن والحياة ، العدد ٢٩٨ ، ربيع الأول ، ١٤٢٨ هـ ، الرياض .

٢٠-سماوي، حايس - ١٩٩٤ – واقع حركات التنزه والاستجمام في الأردن . مجلة دراسات ، مجلد /٢١/ أ ، العدد /٣/، عمان

المراجع باللغة الأجنبية

1 - Oxford dictionary of carrint English ، London، 1984 ، p .915

2 - Longman dictionary of contemporary English beirwt 1984، p . 1171 .

3 - Matheson & wall 1982 ((Tourism – Economic، physical and social impacts. N . y

4 - Goeldner، Ritchie and McIntosh، Tourism Principles، practices، philosophies، John Wiley and Sons. New York، 2000، P384.

5 -BHATIA A. K . ,- 1991 – International Tourism : Fundamentals and parties

6 -Douglas Pearce. Tourist Development. 2 end.، New York: Longman،1989.P.8.

7 -Word Tourism Organization، Compendium of Tourism Statistics، 2003 edition.

8 -World Tourism organization market In tellgence and promotion Section ، The impact of the attact …. (special report 2001) ، p. 30

9 -World Tourism organization ، Tourism Highlights ، 2002 ، p3 .

10 -WTO ، World Tourism Barometer ، p2 . Vol ، No ، 1 ، June ، 2003

11 -WWW. Alriadh. Com . Su/contents .

قائمة المحتويات